

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“Campaña Comunicacional en Medios Digitales,
Asociación Guatemalteca de Exportadores
AGEXPORT”**

Carmen María Cabrera González

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, noviembre de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) LICENCIATURA

**“Campaña Comunicacional en Medios Digitales,
Asociación Guatemalteca de Exportadores” AGEXPORT**

Informe Final de EPS

Presentado por

Carmen María Cabrera González

**Previo a optar a título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, noviembre de 2014

Autoridades

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. Julio E. Sebastián Chilin

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.Sc. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Batrés

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Terna Examinadora

Presidente

Lic. Luis Pedroza

Examinadores

Licda. Floralba Pérez Folgar

Licda Carmen Sierra

Coordinador EPS

MSC. Sergio Morataya



AGEXPORT
ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Guatemala, octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:
Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que Carmen María Cabrera González, con número de carné: 200916596 estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la Asociación Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT - cumpliendo con las trescientas (300) horas de práctica a partir del lunes 5 de mayo al viernes 11 de julio Realizando el proyecto de comunicación "Campaña Comunicacional en Medios Digitales Asociación Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT - "

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Marlene Martínez
Gerente de Comunicación

Oficinas Centrales

15 Avenida 14-72 Zona 13, Guatemala, Guatemala
PBX: (502) 2422 3400 • Fax: (502) 2422 3434
info@agexport.org.gt

Filial de Occidente

7a. Calle 29-25, Zona 3, Quetzaltenango, Guatemala
Tels.: (502) 7763 5412-13-15 • Fax: (502) 7767 5078
filial.occidente@agexport.org.gt



www.export.com.gt



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014


Estudiante
Carmen María Cabrera González
Carné: **200916596**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Campana Comunicacional en Medios Digitales, Asociacion Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT -"**

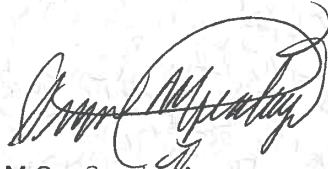
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Folgar
Supervisora de EPS



Vo. Bo


M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt

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

Dedicado a:

**Dios, por darme la vocación de ser comunicadora y así ser parte
de la transformación de la sociedad.**

Mi familia por ser parte fundamental de lo que ahora soy.

Agradecimientos

A Dios, por mi vida y la de mis seres queridos, por permitirme estar en esta etapa de mi profesión.

A mi familia, a mi mamá, Carmencita González de Cabrera, por sus palabras, consejos, apoyo, paciencia, regaños y tantas conversaciones. A mi papá, Juan Cabrera, por su comprensión, palabras y apoyo. A mi hermana, Sofí, por los momentos de risa y compañía. A mi abuelita Bertita (Berth), por su sentido de humor, compañía y consejos.

A mi novio, Fabricio López, por sus consejos, por su apoyo, y por ser una motivación para ser mejor hija, hermana, persona y siempre buscar la excelencia.

A mis amigos y demás familia, por su apoyo, por estar al pendiente de mi carrera y manifestarme su confianza y cariño.

A la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, por permitirme desarrollar este proyecto en el departamento de Comunicación en coordinación con Mercadeo Digital, y por todo lo aprendido durante el EPS.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por ser mi casa de estudios durante cinco años, donde comprobé que la profesión que elegí, es la más bonita de todas.

A María Elena Rosales Vielman, con quien trabajé como Dupla Comunicacional en este proyecto, por su disponibilidad y trabajo en equipo.

Y a todos los catedráticos, compañeros, asesores, revisores y tantas personas que han sido parte de mi carrera y de quienes he aprendido algo.

Índice

Resumen	1
Justificación	2
Introducción	3
Objetivos.....	4
Objetivos Generales.....	4
Objetivos Específicos	4
Capítulo I	5
Diagnóstico	5
Institución	6
1 Antecedentes e historia	6
1.2.2 Marco Filosófico (misión y visión)	10
1.2.3 Organigrama.....	11
1.2.3. Área de Comunicación	12
1.3 FODA.....	13
1. 4 Metodología.....	14
1. 4.1 Descripción del Método	14
1.4.1 Instrumentos.....	14
1.5 Cronograma.....	15
1. 5.1 Recopilación de datos Ficha de las entrevistas.....	16
1. 5.2 Resultados de las entrevistas.....	18
1.5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados. .	19
1.5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	20
RESULTADOS ENCUESTA A SOCIOS AGEXPORT.....	20
RESULTADOS ENCUESTA A NO SOCIOS.....	24
RESULTADOS ENCUESTA A PÚBLICO EN GENERAL.....	28
1. 6 Radiografía de la Institución.....	32
1. 6.1 De la infraestructura.....	32
1.6.2 Canales de Comunicación Interna	33
1.6.3 Canales de Comunicación Externa	33
1.6.5 Campañas Realizadas	36
1.6. 6 El Plan Estratégico que se está ejecutando	37

Capítulo II	38
Estrategia.....	38
1.Antecedentes	38
2.Radiografía institucional	38
3.Planes de Comunicación.....	38
4.Mini sitio – Campaña Institucional 2013.....	38
5.Propuesta sitio 2014.....	38
2.1 Antecedentes.....	39
2.2 Estudio de mercado o Radiografía.....	41
2.3 Objetivos.....	42
2.4 Público objetivo.....	43
2.5 Mensaje	43
2.6 Estrategias.....	43
2.7 Planes de Comunicación	44
Mini Site de la Campaña.....	46
Antes	46
2.8 Propuesta Sitio Web Campaña Institucional	49
2.8.1 Infografías	51
Mensajes a utilizarse en infografías	53
2.8.2 ¿Sabías qué?.....	55
Mensajes ¿Sabías qué?.....	56
2.8.3 Experiencias.....	57
Ejemplo “Caso de éxito” redactado.	58
2.8.4 Storyboard para videos de experiencias.....	60
2.8.5 Pasos para exportar	61
2.8.6 Identificador.....	62
2.9 Cronograma.....	63
2.10 Presupuesto.....	64
2.11 Control y Seguimiento (Evaluación)	64
Capítulo III	66
Ejecución	66
Sitio Web	67
3.1 Bienvenida	71
3.2 Infografías	72

3.3 ¿Sabías qué?	76
3.4.1 Menú casos de éxito	83
3.5 Pasos para Exportar	84
3.6 Identificador	85
3.7 Publicaciones en Facebook	86
Capítulo IV	89
Evaluación	89
Material entregado.....	90
Resultados.....	91
Conclusiones	94
Recomendaciones	95
6. Anexos	96
6.1 Transcripción completa de las entrevistas.....	99
7. Fotografías.....	107
8. Bibliografía.....	113

Resumen

En la Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, previo a optar el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Carmen María Cabrera González, realicé el Ejercicio Profesional Supervisado en el departamento de Comunicación de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT, utilizando el Método Científico, basada en la observación e información bibliográfica y digital. Apoyada en encuestas a socios, no socios y público en general así como a gerentes de la AGEXPORT se trabajó la continuación de la campaña publicitaria iniciada en octubre de 2013, a través del sitio web www.export.com.gt/guatemalasaladelante y redes sociales.

Durante la ejecución se rediseño el mini sitio de la campaña institucional y se desarrollaron mensajes con datos sobre las exportaciones, utilizadas en diferentes infografías y datos curiosos para dicho sitio web. Así mismo se agregaron secciones como “Pasos para exportar”, “Galería de Fotos y “Casos de éxito”, algunos datos curiosos fueron publicados en Facebook con el enlace al sitio web de la campaña.

Uno de los resultados fue el lanzamiento de la campaña comunicacional existente en medios digitales, aprovechando la cantidad de seguidores en la red social antes mencionada. Comprobando que los medios digitales están dando una transición de ser alternativos a ser masivos, pues el alcance que tienen es global y a un costo monetario mínimo.

Justificación

Los medios digitales son una alternativa económica para dar a conocer un producto o servicio e interactuar con el público. Por lo mismo, se utilizó este medio para dar a conocer los beneficios que las exportaciones tienen para el desarrollo del país, y los diferentes servicios que ofrece la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT, orientando a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Para dar a conocer al público y a los mismos exportadores sobre los diferentes sectores y casos de éxito que hay gracias a las exportaciones, se vio la necesidad de renovar el mini sitio web de la campaña institucional, publicar datos curiosos e información del cierre de 2013, a través de redes sociales, con imágenes creativas y fáciles de comprender, todo esto previo al lanzamiento de la campaña institucional 2014, en medios de televisión, radio y prensa.

Introducción

La Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT, dedicada a la orientación y apoyo de las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras de nuestro país, desde hace 32 años. Es una asociación, sin fines de lucro que cree en el desarrollo económico de Guatemala a través de las exportaciones.

En este Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) se investigará desde los orígenes de la gremial, su desarrollo a lo largo de la historia, las fortalezas, debilidades y oportunidades de la comunicación que tiene. Además de conocer las estrategias que se han trabajado y la funcionalidad que han tenido. Para poder plantear un plan que beneficie los canales y mensajes de comunicación externa de AGEXPORT.

Se encontrará información de fuentes bibliográficas y digitales, así como entrevistas realizadas a ejecutivos de la organización, encuestas a socios y no socios de la gremial, sin olvidar la opinión del público en general, para poder dar a conocer al país los beneficios de la exportación, como lo plantea la gremial.

Como profesionales de la Academia, y para sustentar como válidas las opiniones y teorías encontradas, se uso el método científico, valiéndose de la observación e investigación sin olvidar fórmulas estadísticas, para validar la opinión de las personas entrevistadas y encuestadas.

El propósito de este trabajo es planificar y ejecutar una estrategia, utilizando todas las fortalezas que tienen la gremial para dar a conocer el trabajo de la AGEXPORT y los beneficios que tienen las exportaciones en el combate de la pobreza, a través de medios masivos y digitales.

Objetivos

Objetivos Generales

- Conocer la función de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, y la importancia de darla a conocer a los guatemaltecos.

Objetivos Específicos

- Mostrar la opinión de socios, no socios y el público en general, sobre la presencia de la Asociación Guatemalteca de Exportadores en los medios de comunicación masiva.
- Analizar las fortalezas y debilidades del área de Comunicación de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, para convertirlas en oportunidades.

Capítulo I

Diagnóstico

- 1. Historia AGEXPORT**
- 2. Área de comunicación y campañas comunicacionales**
- 3. FODA**
- 4. Metodología**
- 5. Entrevistas**
- 6. Encuestas a socios, no socios y público en general**
- 7. Radiografía institucional**

Institución

1 Antecedentes e historia

La Asociación Guatemalteca de Exportadores – AGEXPORT – es una organización privada, no lucrativa fundada en 1982, al llegar a sus 25 años, en 2007, plasmaron en un libro su historia, logros, dificultades y experiencias. En esta única edición, ubicada en las oficinas de la asociación, dividen la historia en 4 períodos, desde su nacimiento hasta 2007.

PRIMER PERÍODO (1982 – 1986)

La asociación nace al inicio de la década de los 80, cuando Guatemala atravesaba por problemas económicos de carácter mundial, regional y local, en Nicaragua se desarrollaba el Sandinismo y la moneda centroamericana estaba devaluada. Por lo tanto era necesario buscar nuevos mercados fuera de Centro América. Así nace la idea de asociarse, sin embargo se encontraban dos grupos de empresarios que trabajaban por separado. El primer grupo con el nombre AGEX (Asociación Guatemalteca de Exportadores) estaba conformado por altos ejecutivos de empresas industriales como el Lic. Mario Calderón de Kellog's, Lic. José Rodolfo Pérez Lara de Kern's, Lic. Luis Pedro Toledo de Alimentos de maíz y Lic. Amador Carballido de Industria Centroamericana de vidrio, S.A. Todos ellos asesorados por el Licenciado Alfonso Pimentel quien era asesor económico de varias empresas.

Por otro lado el grupo llamado Cominter, formado por Lic. Carlos José Castillo de Cervecería Centroamericana, Lic. Emilio Santano, productor de arveja china; Lic. Guillermo Rodríguez de Sinusa, S.A y Lic. Eduardo Spenssen de Mibros, S.A.

Por iniciativa del Lic. Carlos José Castillo quien promovió la unión de ambos grupos, se reúnen y se inscriben en la Cámara de Industria, como “Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales” (GEXPRONT) con sede en el edificio de la Cámara de Industria.

Desde ese entonces se ha recibido apoyo de la Cámara de Industria, pues desde aquel entonces surgieron las primeras comisiones exportadoras, como la de productos agrícolas, maquila y manufacturas, además se crearon comisiones de negociación por medio de juntas directivas.

Sin embargo una de las adversidades más fuertes que vivió la asociación en sus inicios fue el surgimiento de la Cámara de Exportadores impulsada por BANCAFE, mientras estaba en la administración de gobierno el General Mejía Vítores (1983 - 84) finalmente esta cámara se disolvió y algunos dirigentes pasaron a formar parte de Agexport. En ese entonces el reto más grande que tenían era el de desarrollar conciencia exportadora en la población, en los funcionarios y en la burocracia.

Algunos logros que tuvieron en este primer período de existencia como GEXPRONT destacan: (AGEXPORT, 2007)

- Mejoraron la cantidad de exportaciones en general y sobre todo de los productos no tradicionales.
- Lograron la aceptación de importantes asociaciones del sector como la CIG, CCG, Cámara del Agro, AGA y Cacif.
- Empezaron a tener presencia en la junta directiva de la CIG.
- Surge la filial de Occidente, en Quetzaltenango.

Desde aquel entonces la filosofía de trabajo fue “**Sumar y no restar**”, forma en que han trabajado desde el inicio y con lo que han logrado beneficios de diversas organizaciones internacionales como de la Agencia Internacional de los Estados Unidos (AID)

SEGUNDO PERÍODO (1987 – 1991)

En 1988 GEXPRON ya es reconocida como una entidad privada, apolítica, no lucrativa, dedicada al fomento y desarrollo de exportaciones y a dar servicios al exportador. Representa a sus asociados ante asociaciones públicas, privadas, nacionales e internacionales.

Además en 1989 por iniciativa del entonces presidente de la asociación Lic. Carlos José Castillo, nació el premio al exportador, con el objetivo de incentivar a los exportadores. Este premio es una estatuilla de bronce con dos manos juntas hacia arriba, que representan el trabajo guatemalteco y entre sus manos tiene una caja, que representa el producto que está listo para exportarse.

Entre los logros obtenidos en este período están:

- Entrega el primer Premio al Exportador “Carlos José Castillo”
- La asociación cambia su nombre a AGEXPRONT.
- Surge la revista Data Export.

TERCER PERÍODO (1992 – 1998)

Este período se considera el de la “Nueva Era” pues es la época de la independencia y en donde se logran las siguientes divisiones:

1. División de fomento de la competitividad y acceso a mercados.
2. División de servicios.
3. División de desarrollo.
4. División de servicios descentralizados

Además se consigue el terreno y construcción del edificio donde está Agexport actualmente. Éste fue inaugurado el 22 de febrero de 1996 y se construyó con ahorros de la gremial y donaciones de asociados. Así mismo la Dirección General de Aduanas delega en AGEXPRONT la OPA y lo mismo hace el Ministerio de Economía con la VUPE (Ventanilla Única para Exportadores)

CUARTO PERÍODO (1999 – 2001)

En esta etapa donde empieza un nuevo siglo, la Asociación de Exportadores empieza a ver los cambios que tiene el comercio y el mundo, con la globalización, es necesario trabajar en la calidad de los productos. Por lo mismo el trabajo es más arduo y las empresas deben ser competitivas a nivel mundial. Además inician a darle más uso a las tecnologías digitales pues nace el proyecto SEADDEX (Servicio Electrónico para la Autorización de Exportaciones)

QUINTO PERÍODO (2002 - 2007)

En este período hay grandes cambios, sobre todo por el Tratado de Libre Comercio (TLC) y por ser una época con auge en la globalización. Agexpront, presenta un documento llamado “Guatemala frente al TLC con Estados Unidos. Un análisis de relación comercial”.

En 2002 Agexpront trabaja por una estrategia para la generación de empleo y reducción de pobreza. Luego el 28 de mayo de 2004 se lleva a cabo la suscripción del TLC y entra en vigencia el 1 de julio de 2006. Este mismo año la asociación cambia su nombre a **AGEXPORT** (Asociación Guatemalteca de Exportadores) y en 2007 el presidente Oscar Berger entrega la Orden del Quetzal a esta asociación. Así mismo la asociación fortalece su imagen de exportaciones y del sector, mostrándolo competitivo, armónico, innovador y moderno.

Actualmente AGEXPORT se define como: “Una organización no lucrativa que agrupa y representa a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. A quienes ofrece apoyo para posicionarse y mantenerse en el mercado mundial”. (Agexport, 2014)

Además hace alianzas estratégicas con el sector público, privado y la comunidad internacional para incorporar a las micro, pequeñas y medianas empresas en la actividad exportadora.

Otro de los servicios que ofrece AGEXPORT son capacitaciones, eventos de promoción comercial con el exterior, programas de asistencia técnica, contactos internacionales, alianzas con el sector público y privado, etc

Entre algunos logros que han tenido son: La exportación de conservas y congelados Ya Está! Con el lanzamiento del producto: flor de izote en salmuera y tostones hawaianos. También Elásticos Textiles, S.A. / Eltitex, Fogel de Centroamérica que se dedica a la exportación de variedad de congeladores y enfriadores. Además de la exportación de artesanías, ropa, flores ornamentales, software, servicios, turismo de salud y bienestar, entre otras.

1.2.2 Marco Filosófico (misión y visión)

Misión

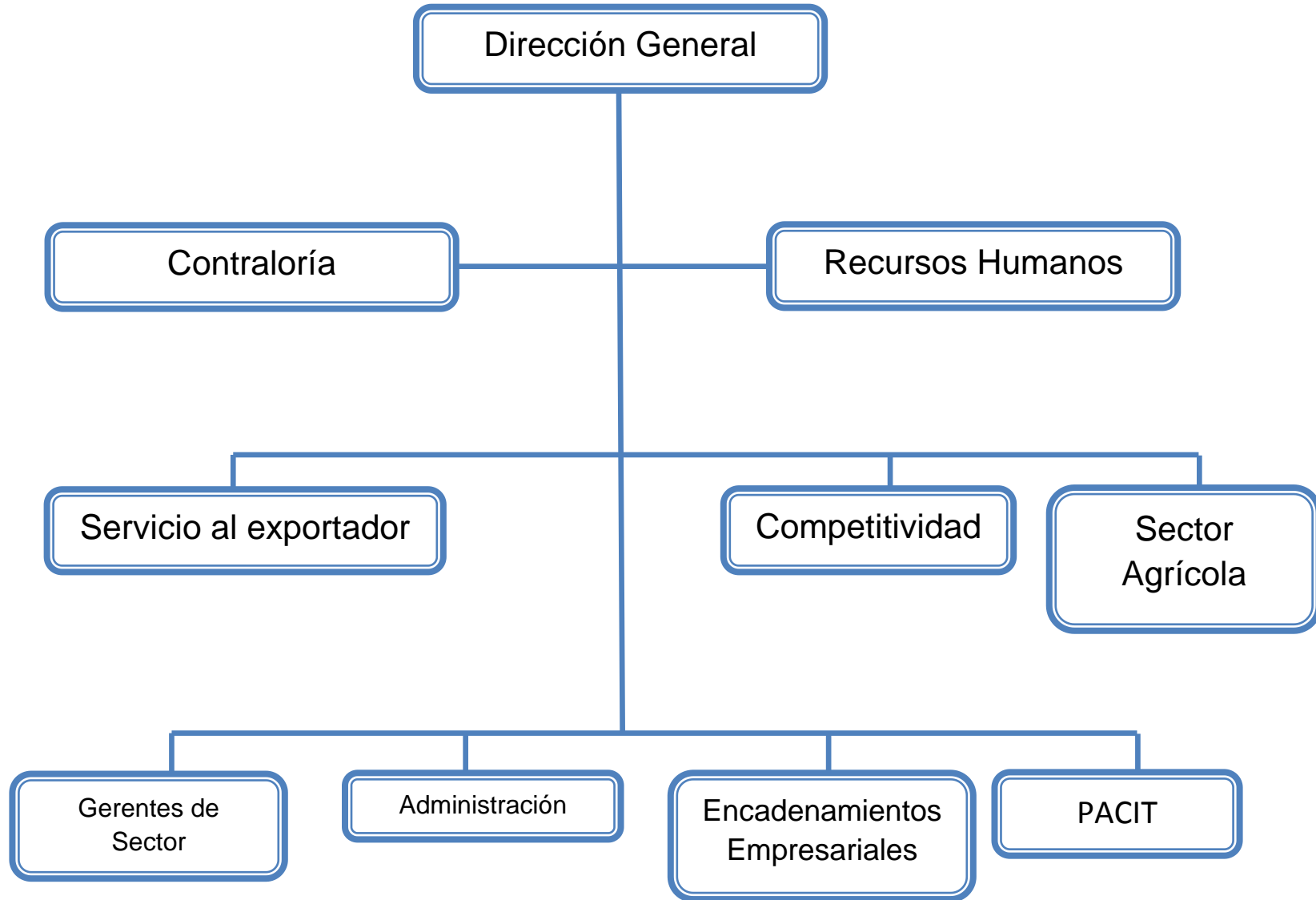
Promover el crecimiento de las exportaciones basadas en la competitividad contribuyendo así al desarrollo económico y social de Guatemala en forma sustentable.

Visión

Hacer de Guatemala un país exportador.

1.2.3 Organigrama

Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT



1.2.3. Área de Comunicación



1.3 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación y distribución física. Material de trabajo y distribución de recursos humanos y materiales. • Asociación conocida por los medios de comunicación. • Apertura a alianzas con organizaciones públicas y privadas que trabajen por el desarrollo social y económico del país. • Medios de comunicación con los que cuenta, como Agexport Hoy, Agexport TV, programa de radio Guate Exporta, Facebook, Twitter, Youtube y página web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Unir esfuerzos para trabajar con patrocinadores existentes, que tienen contacto con el área de mercadeo y aún no con comunicación. • Crear alianzas con organizaciones privadas, educativas, públicas o no gubernamental. • Darse a conocer a través de organizaciones con las que ya tienen alianzas, y con los mismos exportadores.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto no suficiente para crear una campaña masiva, dándose a conocer. • Pocos comunicadores en el área. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desinformación de exportadores que no son socios, sobre el trabajo de AGEXPORT. • Poca cobertura a productores y exportadores del interior del país, que aún no se han asociado. • Desconocimiento del público general, sobre el trabajo que realiza AGEXPORT.

1. 4 Metodología

1. 4.1 Descripción del Método

Para la elaboración de este diagnóstico se utilizó el Método Científico. Partiendo desde la observación, la elaboración de encuestas y entrevistas a personas relacionadas directa e indirectamente con el trabajo de la Asociación Guatemalteca de Exportadores. Como es propio del método científico, se utilizaron las fórmulas estadísticas adecuadas para determinar la cantidad de personas y empresas que deben ser encuestadas, para tener bases fundamentadas del porqué de los resultados obtenidos.

1.4.1 Instrumentos

- **Observación:** La observación se llevó a cabo en todas las visitas que se hicieron a la institución. Observando desde las áreas físicas hasta la comunicación interna entre trabajadores. Para comprender la forma de trabajo y la comunicación que mantienen dentro de AGEXPORT.
- **Entrevistas:** Se elaboraron entrevistas a trabajadores de AGEXPORT, tanto quienes trabajan dentro como fuera del área de comunicación. Debido a la variedad de sectores que se encuentran en dicha asociación, se consultó con gerentes de dos de cuatro sectores de exportación. Éstos son el de manufacturas y el de servicios. Así mismo se entrevistó al presidente de AGRITRADE, Feria Agrícola Internacional, que recibe apoyo de AGEXPORT. Sin olvidar a las personas que laboran en la comunicación de esta organización, como lo son la gerencia de Comunicación, el área de mercadeo y analista de medios.
- **Encuestas:** Se realizaron tres tipos de encuestas para conocer la opinión y cómo ven los guatemaltecos AGEXPORT. Para esto se encuestó a los exportadores asociados, exportadores NO asociados y al público en genera

1.5 Cronograma

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Febrero 3	4	5	6	7
	Entrevista Gerente Comunicación	Observación y encuestar a socios		
10	11	12	13	14
	Entrevista Mercadeo y Presidente Agritrade	Entrevista Gerente Sector Servicios y Área de Mercadeo	Entrevista Gerente Sector Manufacturas	
17	18	19	20	21
Encuesta a socios, no socios y público en general				
24	25	26	27	28
Tabulación y redacción informe final				
Marzo 3				
Entrega Diagnóstico				

1. 5.1 Recopilación de datos

Ficha de las entrevistas

Entrevista a: Gerente de Comunicación, AGEXPORT

Objetivo: Conocer el trabajo del departamento de Comunicación, sus atribuciones, objetivos y metas alcanzadas.

Entrevistada: Licda. Marlene Martínez

Fecha: 4 de febrero de 2014

Hora: 12:00 horas / **Duración:** 1 hora

Entrevistadora: Carmen Cabrera

Entrevista a: Analista de Medios

Objetivo: Comprender la responsabilidad de esta área y los medios que maneja directamente el área de comunicación.

Entrevistada: Licda. Marlene Martínez

Fecha: 4 de febrero de 2014

Hora: 12:00 horas / **Duración:** 1 hora

Entrevistadora: Carmen Cabrera

Entrevista a: Mercadeo / Medios Digitales

Objetivo: Conocer el trabajo de mercadeo y la conexión laboral que tienen con el área de comunicación.

Entrevistada: Lic. Henry Gómez

Fecha: 12 de febrero de 2014

Hora: 11:00 horas / **Duración:** 30 mins

Entrevistadora: Carmen Cabrera

Entrevista a: Gerentes Sectores Exportadores

Objetivo: Conocer cómo maneja la comunicación cada sector y comisión exportador.

Entrevistada: Lic. Rubén Morales y Licda. Aída Fernández

Fecha: 12 y 13 de febrero de 2014

Hora: 14:00 horas / **Duración:** 30 mins

Entrevistadora: Carmen Cabrera

Entrevista a: Presidente Agritrade

Objetivo: Identificar el punto de vista de asociados que tienen a su cargo responsabilidades de actividades dentro de AGEXPORT.

Entrevistada: Lic. Rodolfo Rivera

Fecha: 11 de febrero de 2014

Hora: 11:00 horas / **Duración:** 30 mins

Entrevistadora: Carmen Cabrera

1. 5.2 Resultados de las entrevistas

Después de realizar las entrevistas a los involucrados en el movimiento de las exportaciones, y que directa o indirectamente también tienen relación con el área de comunicación, podemos llegar a los siguientes resultados:

- La Asociación Guatemalteca de Exportadores – AGEXPORT- es una organización reconocida y con trayectoria en el área de las exportaciones.. Tiene un área de comunicación que se encarga de las relaciones públicas, análisis de medios y publicación de noticias para el público en general y para socios exclusivamente, debido al poco presupuesto con el que cuentan es imposible realizar más campañas de propaganda, que den a conocer al público y a otros exportadores los beneficios que AGEXPORT puede darles.
- Cada sector exportador es auto - sostenible, por lo que la comunicación y publicidad de éstos no está a cargo del área comunicacional de AGEXPORT. Solamente pueden asesorarse por dicha área. Por lo tanto es evidente que no hay una forma de dar a conocer a toda AGEXPORT.
- Campañas publicitarias exclusivamente de AGEXPORT, ha habido solo una. Y se han logrado hacer cuando hay alguna alianza con organizaciones o con recursos que se puedan ajustarse a comunicación, esporádicamente.
- Los medios digitales no han sido la excepción en AGEXPORT pues es la forma más económica e inmediata como se pueden comunicar, no sólo con sus socios sino con el público nacional e internacional. Se cuenta con una página web, y presencia en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y canal en YouTube en donde se postean mensajes motivacionales, noticias e invitaciones y recordatorios sobre eventos, congresos, diplomados y diferentes actividades que la gremial promueve.

- La mayoría de entrevistados concuerda que es necesario crear alianzas para poder hacer una campaña que dé a conocer el trabajo de AGEXPORT a nivel general y a toda la sociedad, así como hacer una campaña de concientización en los estudiantes de nivel superior, para que apoyen y comprendan los beneficios de ser un país exportador. Y así poder aumentar la cantidad de exportaciones a mediano y largo plazo.

1. 5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

TEMA	PUNTOS DE ENCUENTRO	DISENSOS
Presupuesto para comunicación por sector	Ninguno de los sectores tiene un presupuesto fijo para la comunicación de estos. El respaldo de AGEXPORT es institucional. Y el vínculo que hacen con los medios de comunicación.	
Patrocinadores	Los patrocinadores que mencionan en la página web y Data Export, tienen relación directa con mercadeo. Se trabaja a través de canje institucional.	
Medios digitales	Cada comisión exportadora tiene su página web y/o de Facebook. Ha ayudado para convocar a ferias y eventos, más no para atraer nuevos socios.	
Crear alianza para campaña que dé a conocer labor de AGEXPORT en medios de comunicación masiva	Contribuiría para dar a conocer la labor de AGEXPORT a la población en general y también a exportadores que aún no se han asociado.	AGEXPORT ya esta posicionada, no es necesario hacer publicidad, sino educar a la Academia, para que apoyen la exportación y se vean los beneficios que da al país.

1.5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

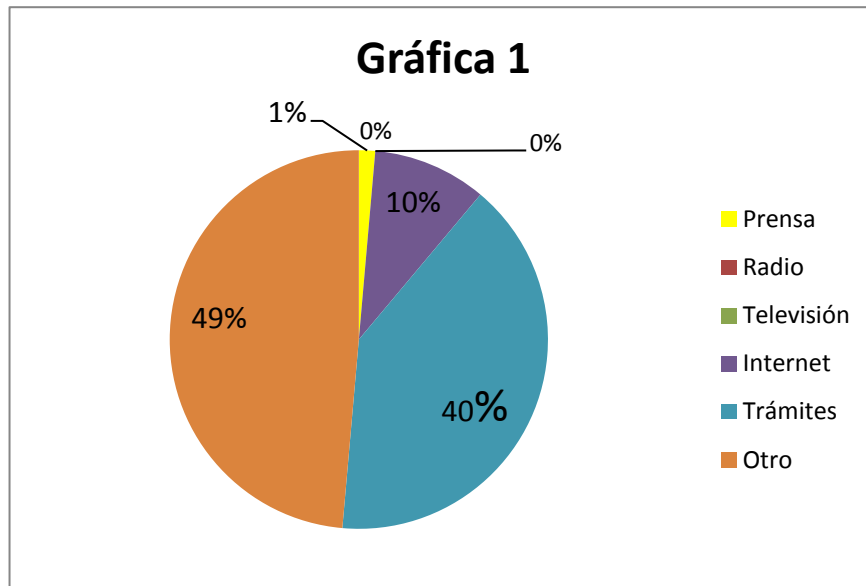
RESULTADOS ENCUESTA A SOCIOS AGEXPORT

Según el directorio de socios y no socios de AGEXPORT, encontrado en su página de internet (<http://export.com.gt/agexport/directorio/>) hay 597 socios entre todos los sectores exportadores.

Al usar la fórmula estadística para muestras con universo finito y con nivel de confianza de 90% y 15% de proporción de pérdida, se obtuvo un total de 72 socios, cantidad de empresas exportadoras asociadas a AGEXPORT que se encuestaron.

Total de la población (N) (Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	597
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	90%
Precisión (d)	10%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir) (Si no tenemos dicha información $p=0.5$ que maximiza el tamaño muestral)	50%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	61
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	72

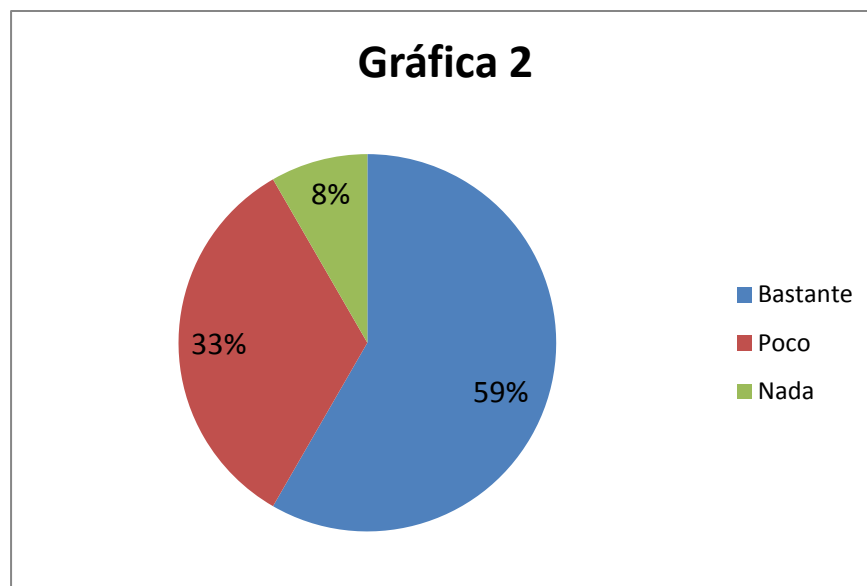
1. ¿Cómo se enteró de AGEXPORT?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

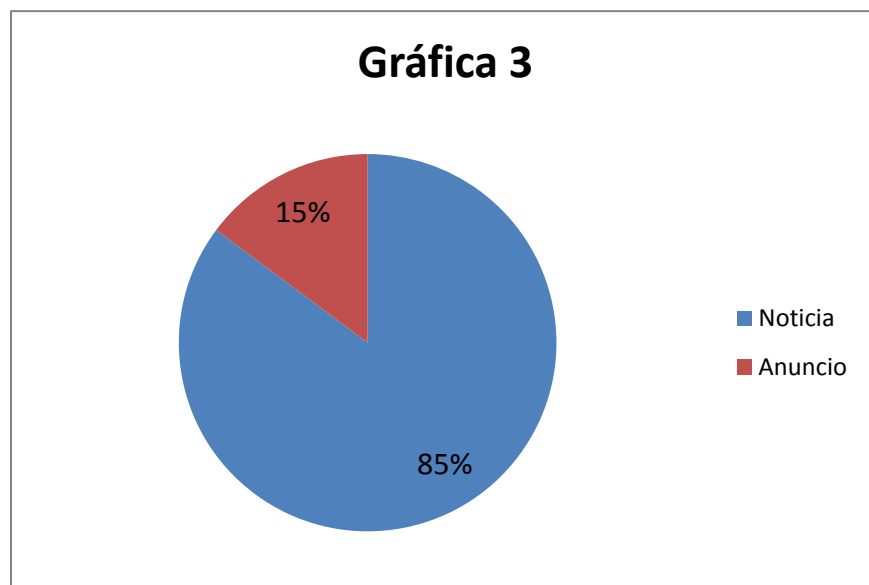
Con el resultado de esta pregunta, podemos darnos cuenta que los exportadores han conocido a AGEXPORT, por los trámites que forzosamente tienen que realizar en sus oficinas, o por alguna otra empresa o persona, pero no por los medios de comunicación.

2. ¿Considera que AGEXPORT se ha dado a conocer a través de la radio, prensa y televisión?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

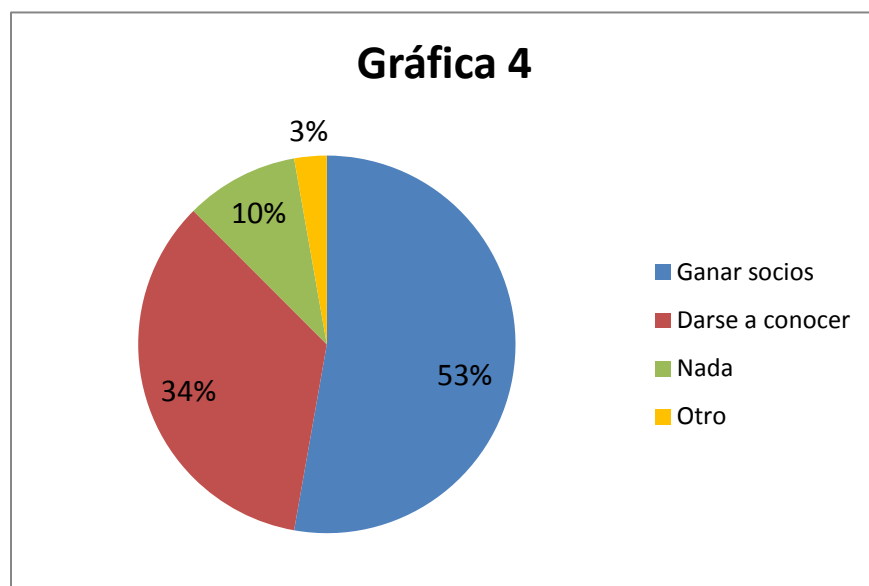
A lo que la mayoría respondió:



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Con esta segunda gráfica, es evidente que según los socios de AGEXPORT, ésta asociación ha estado presente en los medios de comunicación masiva más conocidos, como la televisión, radio y prensa. Pero en diferentes noticias más que anunciando su labor.

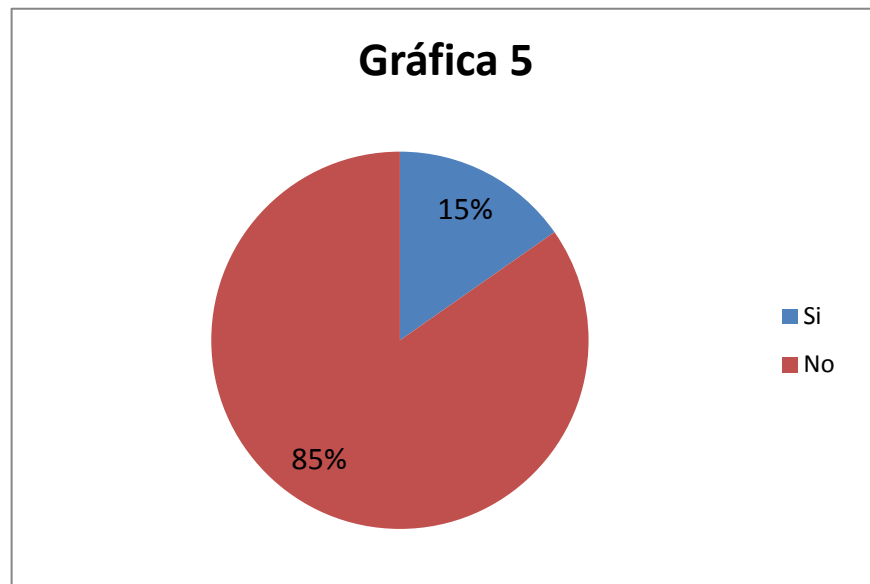
3. ¿En qué cree que se beneficiaría AGEXPORT al hacer más publicidad?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Según los socios, a pesar de que ya conocen a AGEXPORT, coinciden en que al hacer más publicidad AGEXPORT se beneficiaría en Ganar socios y darse a conocer. El 3% que menciono otro, enfatizo en que se beneficiaría de informar sobre sus servicios y atraer más alumnos a la Escuela de Comercio.

4. ¿Recuerda la última campaña publicitaria de AGEXPORT?



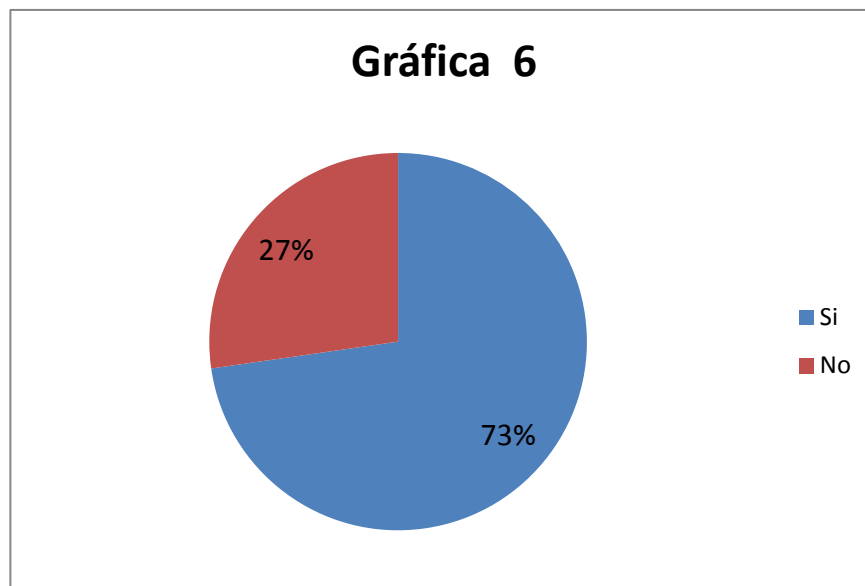
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

A pesar de que la última campaña publicitaria fue en octubre y noviembre de 2013, los socios de AGEXPORT en su mayoría no recuerdan esta campaña. Por lo que es necesario reforzar la imagen que quieren proyectar y que impacte tanto a socios como a no socios y público en general.

RESULTADOS ENCUESTA A NO SOCIOS

Según el directorio de AGEXPORT consultado, hay exportadores que aún no son socios en cada sector. De los que se pudieron encontrar, pues el directorio aún no está completamente actualizado, se encontraron 22 empresas exportadoras que han escuchado de AGEXPORT pero no tienen la información necesaria para asociarse o no desean formar parte de la gremial. Los resultados fueron los siguientes:

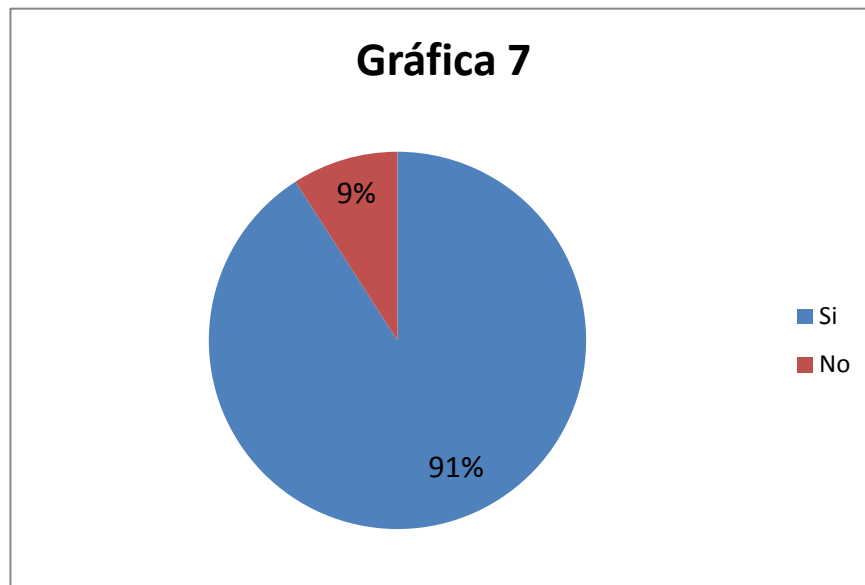
1. ¿Conoce el trabajo que hace AGEXPORT?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

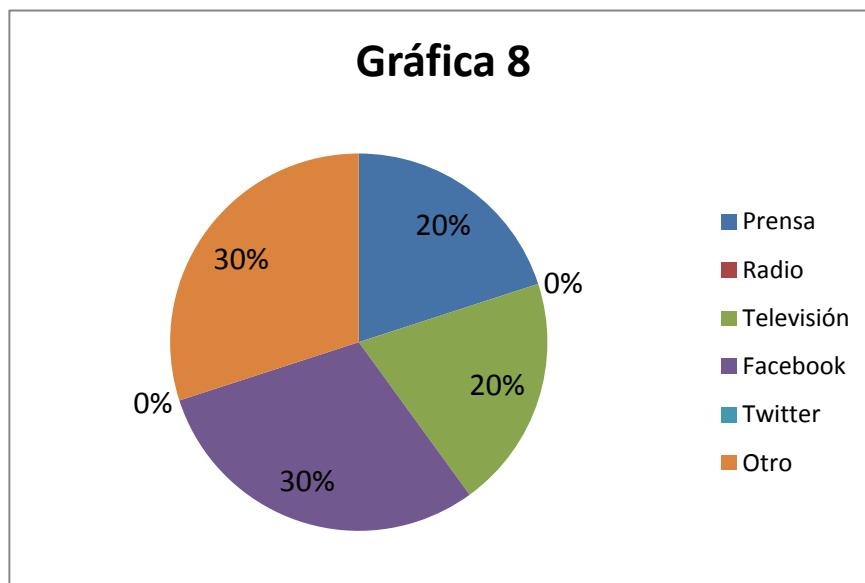
La mayoría de exportadores que aún no son socios de AGEXPORT, conocen el trabajo de esta asociación, sin embargo hubo varias empresas que coincidieron, al decir que ellos creían ser socios por utilizar la página web de AGEXPORT, o por los trámites que hacen en sus oficinas. Otros empresarios también manifestaron que han sido socios en años anteriores pero por la falta de seguimiento a sus empresas o por el costo monetario ya no lo son, sobre todo en el interior de la república.

2. ¿Ha visto o escuchado sobre AGEXPORT en los medios de comunicación?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

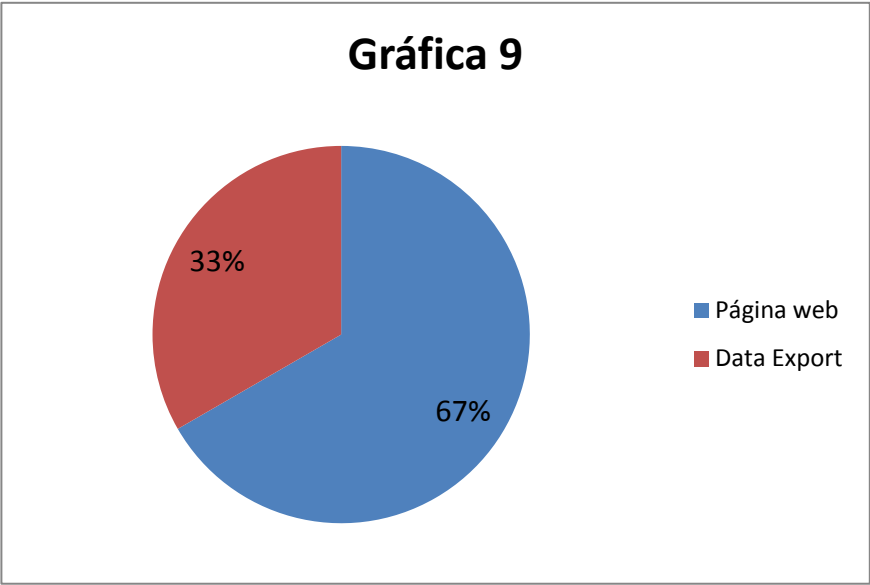
3. Si su respuesta anterior fue afirmativa ¿en qué medios ha visto la presencia de AGEXPORT?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Estás últimas dos gráficas están totalmente relacionadas ya que del 91% de exportadores que han visto a AGEXPORT en los medios de comunicación.

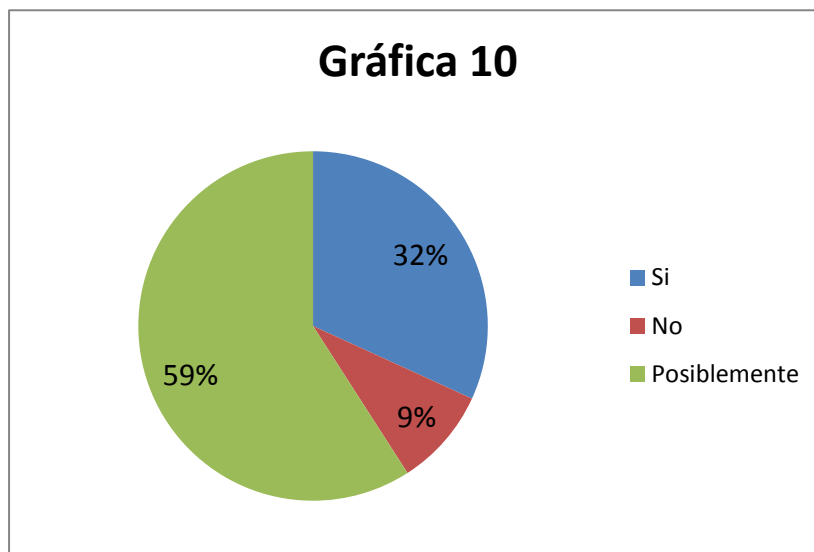
Han manifestado que si han notado su presencia sobre todo en la televisión y Facebook. El 30% de resultados que respondió “otros” dio las siguientes respuestas:



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Como mencionábamos anteriormente, la mayoría de exportadores NO SOCIOS, conocen la página de AGEXPORT, pues la usan para diferentes trámites. Así mismo la revista Data Export, es conocida por algunos exportadores a pesar de no ser socios, esto porque la han visto en lugares de distribución o en la misma asociación.

4. Si AGEXPORT tuviera más presencia en los medios de comunicación ¿considera asociarse a dicha institución?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

La respuesta de la mayoría de exportadores a esta pregunta fue que posiblemente se asociarían, si vieran más anuncios o presencia de la labor de AGEXPORT en los medios de comunicación. Así mismo dijeron que les gustaría saber más sobre los beneficios que esta institución les brindaría, al ser socios.

RESULTADOS ENCUESTA A PÚBLICO EN GENERAL

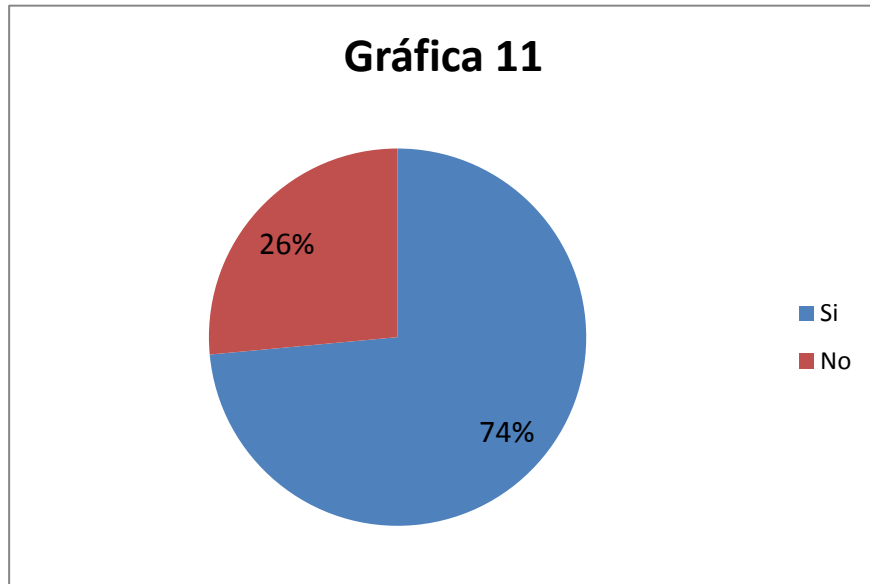
Para conocer la opinión que el público en general tiene sobre AGEXPORT, se utilizó la fórmula estadística para conocer la muestra de una población finita, con el 90% de confiabilidad y se utilizó como tamaño del universo a la PEA (Población Económicamente Activa) de 2013, según la información del Instituto Nacional de Estadística, INE. (Instituto Nacional de Estadística)

Por lo tanto se encuestaron a 68 personas entre 18 y 45 años. Dicha encuesta fue por medio digital. Y las respuestas fueron las siguientes.

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN

Total de la población (N)	5,909,774
(Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	90%
Precisión (d)	10%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	50%
(Si no tenemos dicha información $p=0.5$ que maximiza el tamaño muestral)	
TAMAÑO MUESTRAL (n)	68

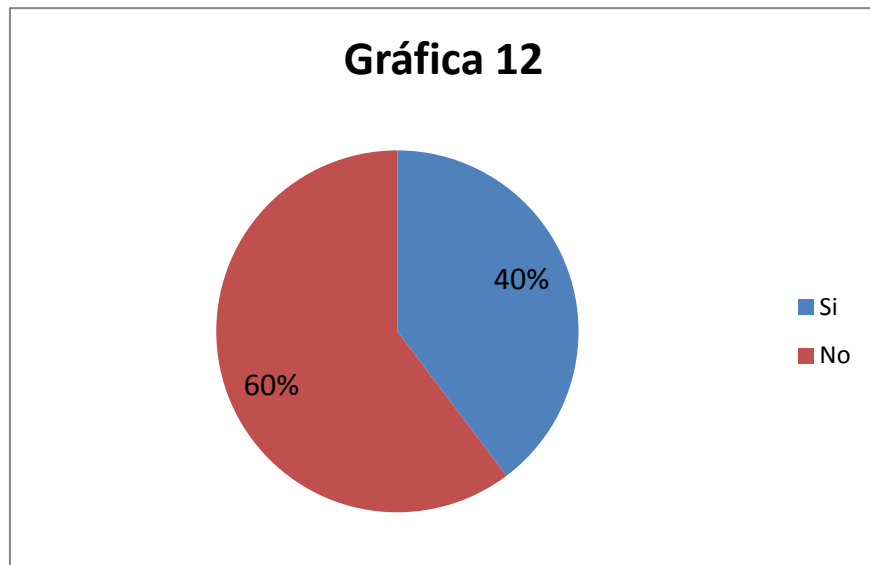
1. ¿Conoce los beneficios de ser un país exportador?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

La población, en su mayoría sabe que exportar, beneficia al desarrollo económico de un país. Sin olvidar que esta encuesta se hizo en el área urbana, tanto la ciudad capital como otros departamentos del país.

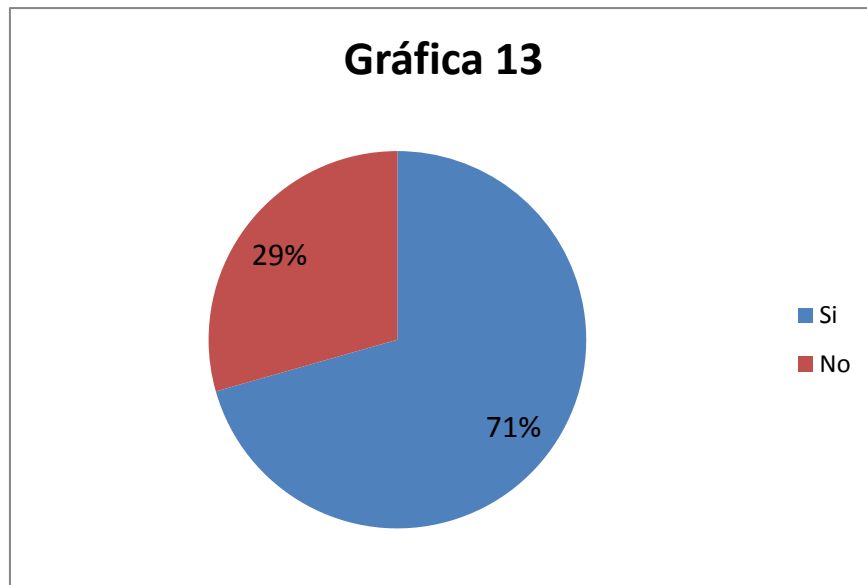
2. ¿Conoce el trabajo de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT?



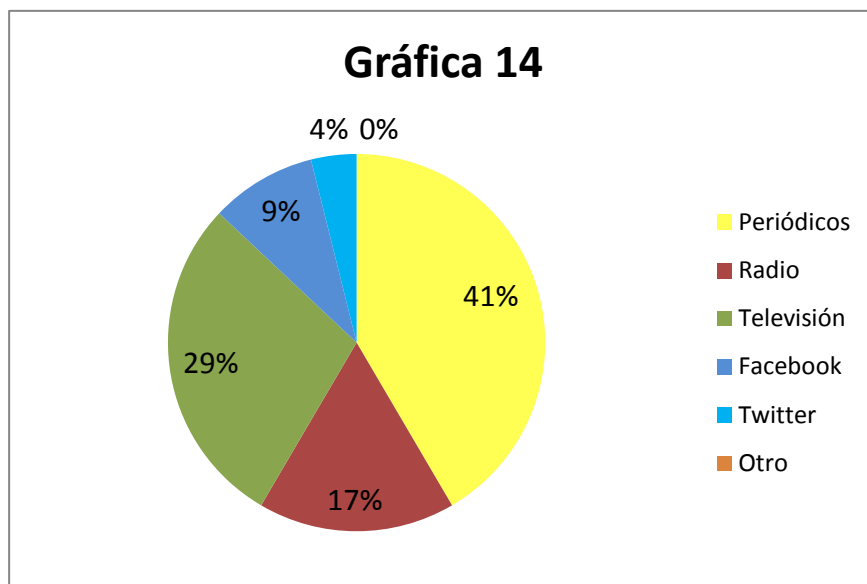
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Con diferencia del 20% vemos como la mayoría de personas no conoce el trabajo que hace AGEXPORT, a pesar de que la mayoría son estudiantes y/o trabajadores en la capital guatemalteca.

3. ¿Ha visto o escuchado sobre AGEXPORT en los medios de comunicación?



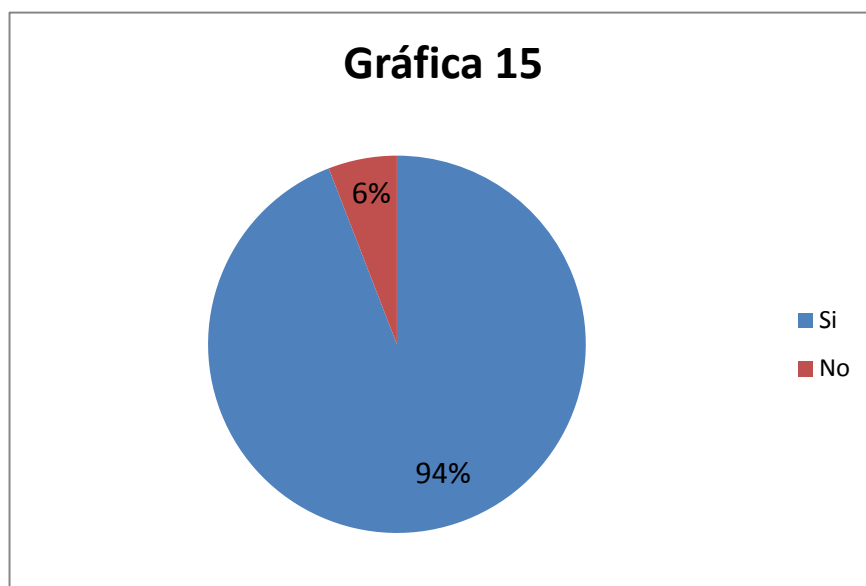
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

A pesar de no conocer bien la labor de AGEXPORT, la gran mayoría si la ha visto o escuchado en medios de comunicación. Sobre todo en los periódicos y televisión, podemos inferir que ha sido por diferentes noticias de economía e invitaciones que hace la asociación a sus ferias y congresos.

4. ¿Considera importante conocer sobre AGEXPORT?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

De las 68 personas encuestadas, el 94% considera importante saber cuál es la función de Agexport en las exportaciones y qué beneficios da al país. Por lo que es importante dar a conocer la labor de AGEXOPORT a nivel nacional, sea o no exportador.

1. 6 Radiografía de la Institución

1. 6.1 De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

La Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, ubicada en la 15 avenida 14-72 zona 13, en la Ciudad de Guatemala tiene dos edificios, parqueo para visitas y trabajadores y garita de seguridad. Dentro de sus instalaciones se ubica la Ventanilla Única para el Exportador – VUPE – y una agencia del Banco Industrial. Al ingresar, lo primero que se ve es la bandera de AGEXPORT, de Guatemala y de las Provincias Unidas de Centroamérica ubicadas en un pequeño jardín en la entrada del edificio.

Al entrar al edificio está la recepción en donde el visitante debe identificarse e informar a qué área se dirige, también hay sillas para que el público pueda esperar, desde ahí se puede leer la misión y visión de la asociación, así como los banners de diferentes sectores y/o actividades próximas. También hay revistas, relacionadas al tema de las exportaciones y economía, sobresale Data Export, revista de esta organización.

El edificio, en su mayor parte de color azul, tanto en sus oficinas como en sus mensajes institucionales, como la visión, misión y el directorio. En el primer nivel se encuentran la mayoría de oficinas, ubicadas en un área común. Las oficinas de gerencias, presidencia, y sala de juntas se ubican en el contorno del área, rodeadas de vidrio, con el fin de transmitir la transparencia del trabajo. Mientras que asistentes y miembros de las diferentes áreas tienen sus cubículos, ubicados al centro, cerca de la gerencia a la que pertenecen. Cada trabajador tiene el equipo necesario para su labor, sobre todo una computadora, teléfono de AGEXPORT, silla de oficina, escritorio, y mueble para guardar materiales y cosas personales.

En los demás niveles se encuentran algunas oficinas, salas de reuniones y salones para conferencias de prensa, presentaciones, reuniones, capacitaciones y la escuela de comercio. Los banners y material visual de cada sector que pudiese verse en recepción, no son creados por el área de comunicación, sino financiados y diseñados por cuenta propia de cada sector o comisión exportadora.

Dentro de la oficina de gerencia, específicamente en la de comunicación, el ambiente es adecuado para una persona, ordenado, tiene un escritorio, silla de oficina y otros dos para recibir a las personas, teléfono, computadora, y un mueble para revistas y publicaciones anteriores. Las paredes no tienen mayor decoración, solo objetos que tengan relación con AGEXPORT. Y la placa de reconocimiento por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, agradeciendo el apoyo durante la primera Convención de Comunicadores en 2013.

1. 6.2 Canales de Comunicación Interna

La forma de comunicarse dentro de AGEXPORT puede ser cara a cara, entre los asistentes o miembros de cada área, por la cercanía que tienen sus cubículos. O a través del PBX. Cada trabajador con teléfono tiene su propia línea y también un directorio con los números de teléfono de cada persona. Además pueden comunicarse por medio del correo electrónico institucional, en donde utilizan como usuario el nombre.apellido y el dominio @agexport.org.gt.

Para comunicarse con los gerentes, el contacto inmediato son los asistentes de éstos, quienes conocen la agenda, actividades y manejan temas que trabaja gerencia. Así mismo quienes necesitan internet, tienen conexión a esta red, sobre todo el área de comunicación.

1. 6.3 Canales de Comunicación Externa

- **DATA EXPORT:** es una revista mensual que nació siendo un boletín en 1989, con la idea de ser un medio de comunicación donde se pudiera trasladar parte de las actividades que la Asociación desarrolla, (sofex, 2009). Abarca temas como las ferias y eventos que se realizan, centros de negocios, responsabilidad social empresarial, y temas relacionados a productividad y desarrollo. Así mismo se manejan temas del sector político gubernamental como el manejo de las finanzas y economía que van ligadas a la exportación.

Además se ha convertido en una forma de estar más cerca de los asociados, pues da a conocer los programas de capacitación, nuevos mercados, nuevas técnicas, etc. Al

inicio su impresión fue en blanco y negro y no pasaba de tener 10 páginas, ahora es una impresión full color, en papel couché, con 34 páginas y 6 secciones, que son:

- **Actualidad:** se plantean temas de interés nacional e internacional en el sector de exportación e industria.
- **Empresa del mes:** Da a conocer a las empresas que han hecho algo nuevo para mejorar la calidad de servicios o productos; o también, aquellas empresas que inician sus operaciones en el país.
- **En portada: Plantea el tema central,** el cual discute la competitividad y desarrollo de áreas de actividad, que por su incidencia política, económica y social sean de mayor interés nacional, así como servicios de promoción (ferias comerciales), mercadeo y capacitación para el sector exportador.
- **Negocios internacionales:** Noticias económicas internacionales de interés, que impactarán o beneficiarán al mercado guatemalteco.
- **Sectores de Exportación:** Brinda información del sector exportador y da a conocer los logros más significativos de cada sector.
- **Vida & Estilo:** Temas relacionados a tecnología, deporte, destinos turísticos, etc.

Se calcula que de 50,000 a 72,000 personas leen la revista y se imprimen 8,000 ejemplares mensuales. Su distribución es en Guatemala y Centro América. El público objetivo son los socios y no socios de AGEXPORT, Consulados y Embajadas acreditadas en otros países, agregados comerciales, empresas de servicio al exportador y empresas centroamericanas. El diseño, patrocinio y distribución es trabajado por el área de Mercadeo, comunicación se encarga de asesorar y aportar en el consejo editorial. Usando la edición de enero 2014, se calcula que cuenta con por lo menos diez patrocinadores, entre ellos: Claro, Tigo, Detektor, NCO, entre otros. (Data Export, 2014)

- **BOLETÍN DE COMISIÓN:** Son boletines electrónicos realizados por comisión, que tiene el objetivo de informar a los socios sobre noticias relevantes para su comisión, a nivel nacional e internacional que pueden apoyarlos en el proceso de exportación.
- **PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES:** la dirección de la página web es www.export.com.gt en donde hay información desde su misión y visión, hasta las comisiones y sectores de exportación, actividades, ferias, directorio virtual de la

Biblioteca y de exportadores, también tiene enlaces directos con páginas de otras áreas de AGEXPORT como: Escuela de Comercio, VUPE, AGEXPORT Hoy, Ferias y eventos, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr y LinkedIn. Además hay información como el directorio de socios de cada sector, guía para el exportador, información sobre Data Export, y la filial de occidente. La página de Facebook cuenta con 16,162 seguidores, Twitter con 6,040 y Youtube con 135 suscriptores. Toda esta área digital es administrada por mercadeo, solo recibe la asesoría de comunicación para decidir que material publicar.

- **AGEXPORT HOY:** es un blog de noticias enlazada a la página www.export.com.gt administrada por la analista de medios, del área de comunicación. Se publican por lo menos cuatro noticias al día, relacionadas a las exportaciones, nuevas alianzas, eventos, ferias y actividades en las que participa la asociación. Por este medio también se publica todos los lunes el reportaje de la semana, con duración máxima de tres minutos.
- **GUATE EXPORTA:** es un programa de radio de media hora, empezó con un nuevo formato el 12 de febrero, es transmitido los días miércoles en Radio Nuevo Mundo de 8:30 a 9:00 de la mañana.
- **Mini Site de la Campaña Institucional**

El mini site, “Guatemala sale adelante”, es un espacio dentro de la página institucional, export.com.gt de la Asociación Guatemalteca de Exportadores.

Se creó en 2013 con la campaña “Exportando, Guatemala sale adelante” que fue el mensaje que se utilizó en banners, afiches y spots de radio y televisión.

Actualmente la página cuenta con cuatro infografías que incluyen datos de las exportaciones durante 2012, están ordenadas linealmente en dirección vertical, por lo que el lector debe estar “scrolleando” mucho para ver la información. Así como también incluye pequeños fragmentos de información relevante relacionada a algunos sectores exportadores.

1. 6.4 El POA del Año

La cantidad exacta del Presupuesto Operativo Anual, no fue dado durante las entrevistas, sin embargo se conoce que el presupuesto de comunicación es solamente para cubrir, formación y capacitaciones, comunicados, conferencias de prensa, y trabajo de vocería.

1. 6.5 Campañas Realizadas

- La primera campaña institucional fue de expectativa y develación, en prensa, paradas de buses, vallas y radio. Utilizando seis protagonistas de la cadena exportadora, entre ellos: una cosechadora, un carpintero, un fabricante de canastas, y una trabajadora de maquila.

El fin ideal era ejercer presión al congreso para la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC). Con el mensaje: “Exportando más, promovemos más empleo”

- En 2004 se llevó a cabo la campaña “Vamos Guatemala exportando progreso” se realizó con la colaboración financiera de USAID. Y los objetivos principales de esta campaña eran:
 - Generar conciencia, despertar interés y buena voluntad hacia el conocimiento del aporte de la exportación.
 - Estimular el sentido de pertenencia y orgullo nacional.

Fue una campaña dirigida a la sociedad para crear conciencia de ser competitivos con nuestros productos.

Se desarrollo, creando expectación en periódicos y carteleras de paradas de buses, con frases como: “¿Cómo un brócoli puede ayudarnos a generar 150 mil empleos?”, “Un camarón puede ser clave para sacar adelante a Guatemala”.

- La última campaña publicitaria que se realizó fue en los meses de octubre y noviembre de 2013, con el concepto “Exportando, salimos adelante”, con el objetivo de dar a conocer el impacto y beneficio que las exportaciones han tenido en Guatemala.

Algunos de los mensajes que se utilizaron fueron:

- “Salen vegetales, entra desarrollo”
- “Salen llamadas, entra empleo”

Esta campaña estuvo presente en radio nacional y locales en 12 departamentos, prensa escrita, revistas empresariales especializadas, televisión por cable como TV azteca, Guatevisión y Canal Antigua, también en pantallas de elevador, internet y redes sociales. El spot de televisión puede ser visto en el canal de Youtube de AGEXPORT: <http://www.youtube.com/watch?v=1FP93RQT5AQ> Esta campaña se realizó con recursos de la institución. Y ha sido la única en su género.

1. 6. 6 El Plan Estratégico que se está ejecutando

El plan que se está ejecutando desde inicio de este año, basado en cuatro pilares es:

- **PUBLICAR NOTICIAS:** Continuar publicando noticias relacionadas a las comisiones y sectores de exportación, así como las alianzas y eventos que se realizan a través de AGEXPORT Hoy y Guate Exporta con un nuevo formato a partir del 12 de febrero, transmitido los días miércoles en Radio Nuevo Mundo de 8:30 a 9:00 de la mañana.
- **SENSIBILIZACIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO:** Ejecutar el programa de liderazgo que cuenta con 20 participantes. Y el programa de vocería institucional con 20 nuevos voceros. Así como el programa Occidente exporta, que tiene el plan de acercamiento y sensibilización con periodistas locales.
- **ALIANZA ESTRATÉGICA CON LOS MEDIOS:** Gestiones con prensa con el proyecto para llevar el control y conteo. Ejecución del programa de formación a periodistas y comunicadores con el aval de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC. Y programa de becas a seminarios.
- **CAMPAÑA CONCIENCIA EXPORTADORA:** una estrategia de campaña 2014, iniciativas de divulgación con un concurso de la revista Data Export, una actividad de sensibilización interna, y crear nuevas alianzas para material de divulgación, afiches, encadenamiento, etc.

Capítulo II

Estrategia

- 1. Antecedentes**
- 2. Radiografía institucional**
- 3. Planes de Comunicación**
- 4. Mini sitio – Campaña Institucional 2013**
- 5. Propuesta sitio 2014**

2.1 Antecedentes

La Asociación Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT- fue creada con el objetivo de apoyar y orientar al exportador así como dar a conocer los beneficios de las exportaciones para hacer de Guatemala un país exportador y mejorar la economía del país. Se ubica en la 15 avenida 14-72 zona 13, cuenta con dos edificios de 4 niveles. Tiene alrededor de 350 trabajadores, dentro de sus instalaciones se ubica la Ventanilla Unica para el Exportador – VUPE – y una agencia del Banco Industrial.

A través de su historia han nacido diversos medios y formas de comunicación externa, entre ellas están: la revista **Data Export** nacida en 1989, la página web creada en 2002 aproximadamente, el blog de noticias **AGEXPORT Hoy** fundado en febrero de 2013, el mini sitio de la campaña institucional expuesta en el último trimestre de 2013, además esta presente en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y LinkedIn. Sin olvidar los boletines que se envían a las comisiones en caso de noticias o información de último momento y el programa Guate Exporta transmitido en Radio Nuevo Mundo (96.1 FM)

Como parte de la comunicación interna en AGEXPORT se tiene una línea telefónica en cada oficina o cubículo, correo electrónico institucional con su nombre.apellido seguido del dominio @agexport.org.gt, en los pasillos hay carteleras donde se anuncias eventos, capacitaciones o actividades próximas, así como los cumpleaños del mes.

Campañas Comunicacionales

Durante estos 32 años solamente ha habido 4 campañas comunicacionales a nivel masivo. Ya que el presupuesto de comunicación no es suficiente, por lo que las campañas que han realizado han sido con apoyo de otras organizaciones y son las siguientes:

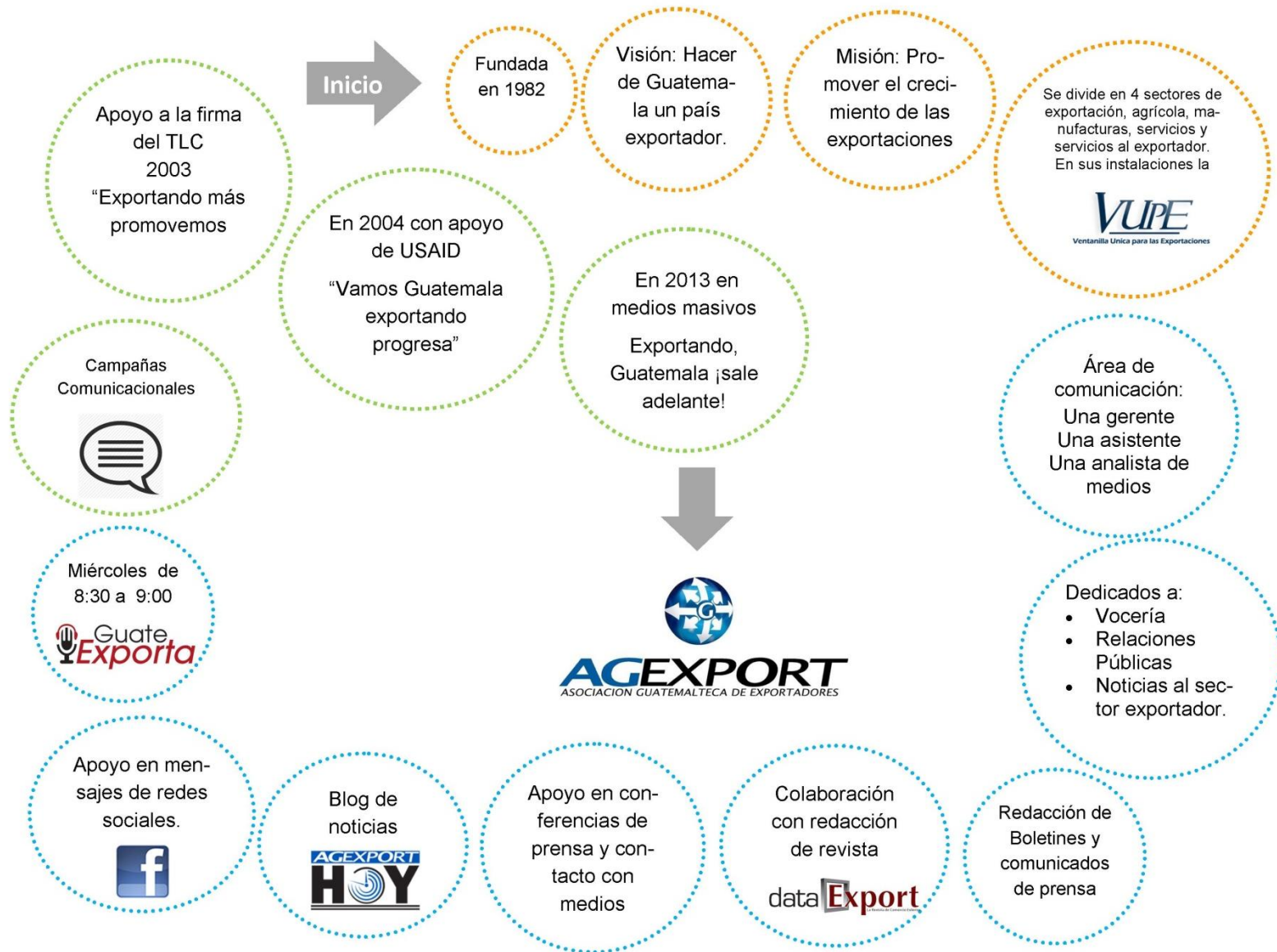
La primera campaña fue de expectativa y develación, en prensa, paradas de buses, vallas y radio. En 2003. El fin ideal era ejercer presión al congreso para la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC). Con el mensaje: “Exportando más, promovemos más empleo”

Luego en 2004 con el mensaje “Vamos Guatemala exportando progreso” se realizó la segunda campaña con la colaboración financiera de USAID. Dirigida a la sociedad para crear conciencia de ser competitivos con nuestros productos. Se desarrolló, creando expectación en periódicos y carteleros de paradas de buses.

La última campaña publicitaria que se realizó fue en los meses de octubre y noviembre de 2013, con el concepto “Exportando, salimos adelante”, con el objetivo de dar a conocer el impacto y beneficio que las exportaciones han tenido en Guatemala.

Esta campaña estuvo presente en radio nacional y locales en 12 departamentos, prensa escrita, revistas empresariales especializadas, televisión por cable como TV azteca, Guatevisión y Canal Antigua, también en pantallas de elevador, internet y redes sociales. El spot de televisión puede ser visto en el canal de YouTube de AGEXPORT: <http://www.youtube.com/watch?v=1FP93RQT5AQ> Se realizó con recursos de la institución y ha sido la única en su género.

2.2 Estudio de mercado o Radiografía



2.3 Objetivos

Generales

- Fortalecer la campaña institucional de la Asociación Guatemalteca de Exportadores a nivel nacional. *Exportando, Guatemala ¡sale adelante!*
- Dar a conocer, tanto a las personas involucradas en las exportaciones como al público en general, los beneficios que traen las exportaciones al país.

Específicos

- Restructurar la información y el diseño del sitio web de la campaña institucional de AGEXPORT, lanzada a finales de 2013.
- Actualizar la información que hay en el sitio y agregar nuevas secciones.
- Presentar de forma breve y atractiva la misión y logros del trabajo de la AGEXPORT.

2.4 Público objetivo

- Comerciantes, exportadores y no exportadores, profesionales, estudiantes y personas interesadas en las relaciones internacionales, comercio, desarrollo sostenible, economía, exportaciones e importaciones.

2.5 Mensaje

Exportando, Guatemala ¡sale adelante!

2.6 Estrategias

- a) Actualizar el sitio de la campaña institucional, “Exportando, Guatemala ¡sale adelante!”, con un diseño más atractivo y ordenado. Que tenga nuevas infografías, datos curiosos y experiencias de exportadores de forma amigable.
- b) Crear una alianza con la mayor cantidad de empresas u organizaciones públicas y privadas que puedan contribuir monetaria o materialmente en la campaña institucional para dar a conocer AGEXPORT a nivel nacional.
- c) Tener mayor comunicación vía telefónica, correo electrónico y personal con los medios de comunicación y socios del interior de la república para que estén al tanto de los eventos de AGEXPORT.

2.7 Planes de Comunicación

a) Se trabajará como “Dupla comunicacional” con la practicante de diseño gráfico, Maria Elena Rosales Vielman. Los mensajes serán investigados y redactados por la epesista de comunicación y el diseño lo hará la otra practicante y así enlazar la información con las imágenes de forma atractiva.

Se buscará información reciente sobre la cantidad de exportaciones y metas alcanzadas en los últimos meses, referentes a los cuatro principales sectores de exportación, para presentarlos como infografías. La primera será sobre la organización y divisiones que tiene AGEXPORT, así como la explicación de los pasos que deben seguirse para exportar un producto.

Habrà otra sección llamada “¿Sabías qué?” para conocer datos curiosos de las exportaciones, la vida de AGEXPORT, y más.

También habrá otra sección llamada “Experiencias” donde se entrevistará a empresarios de Pymes de la capital y el interior del país, se presentaran las vivencias de exportadores y los beneficios que trae al país, validando el mensaje de la campaña. Algunas experiencias serán subidas en video y otras redactadas como artículos que podrán leer y/o descargar en formato PDF.

En el sitio, se agregarán botones en la parte superior, a modo de menú, con las secciones a las que el público puede entrar.

Los diseños guardarán una misma línea, sin olvidar el estilo y diseño institucional que ya se tiene. Los colores que se usarán son diversos además del azul y gris de AGEXPORT para darle jovialidad y hacerlos llamativos.

El identificador que unirá la campaña existente con todas las secciones del sitio será una playera negra con la serigrafía del mensaje de la campaña: Exportando, Guatemala ¡sale adelante!, ésta aparecerá en las ilustraciones de las infografías y entrevistas que se hagan para no perder el mensaje que se quiere transmitir.

Cuando ya esté montado el sitio, se invitará a través de las redes sociales, y correos electrónicos, a que socios, colaboradores y personas del público, visiten el sitio.

ETAPA # 1: Búsqueda de información y redacción de mensajes.

ETAPA # 2: Diseño de material gráfico.

ETAPA # 3: Subir sitio web a la red.

ETAPA # 4: Lanzamiento del sitio a través de las redes sociales.

ETAPA # 5: Evaluación de aceptación al sitio.

b) Se buscará a las personas encargadas de comunicación o mercadeo de diferentes empresas, instituciones educativas, lucrativas, gubernamentales, sociales, entre otras que puedan tener una alianza con la Asociación Guatemalteca de Exportadores, para que a través del canje o de un aporte económico se pueda lanzar la campaña institucional, a nivel nacional que dé a conocer AGEXPORT y la importancia de ser un país exportador.

Se coordinará con Mercadeo, quienes son los responsables de la relación con los patrocinadores, para que se pueda contactar con las empresas que aún no han patrocinado AGEXPORT, y plantearles la propuesta de esta campaña. Además también se analizará la posibilidad de negociar con los que ya son patrocinadoras y ver si es posible su apoyo el relanzamiento de esta campaña. Igualmente se hablará con la Junta Directiva de AGEXPORT para plantear la posibilidad que las empresas de sus integrantes sean patrocinadores institucionales, y aporten de forma económica o canje a la campaña, a cambio los nombres y logos de sus empresas aparecerán en los anuncios y spots que se pauten en medios de comunicación. El objetivo es que estos patrocinadores colaboren a largo plazo y sigan apoyando en futuras campañas

c) La tercera estrategia es retomar la comunicación con los medios de comunicación y afiliados del interior del país, especialmente con los medios de Occidente, ya que en esta región se encuentra la Filial de Occidente, específicamente en Quetzaltenango, para actualizar constantemente la base de datos y dar a conocer los medios digitales donde pueden encontrar información y contactarse con AGEXPORT, esto también ayudará a que cuando haya eventos se pueda dar a conocer los proyectos, ferias y más a través de los medios de cada región.

Mini Site de la Campaña Antes

Bienvenida y primera vista del Mini Site.

AGEXPORT
ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Guatemala 28 de May del 2014
Mayormente Nublado

26°C

\$1 = Q7.76
€1 = Q10.55

Inicio AGEXPORT Exportador Tienda Biblioteca Virtual Contáctenos Ingresar

Guatemala Sale Adelante

Inicio

SALEN VEGETALES ENTRA DESARROLLO

Les damos la más cordial bienvenida al sector exportador de productos no tradicionales. Han pasado tres décadas de evolución ininterrumpida para Guatemala, a través del sector exportador. Por ejemplo, Guatemala pasó de exportar el 25% de productos no tradicionales, a exportar el 75%.

Uno de los hitos de este camino fue que Guatemala se ha convertido en la punta de lanza al contar con seis convenciones anuales de talla mundial, acreditadas internacionalmente, como VEXTEX, AGRITRADE, EXPOMUEBLE, NEW WORLD CRAFT, MANUFEXPORT y SERVICE SUMMIT.

Le invitamos a conocer los logros de cientos de guatemaltecos que con fe en su país, trabajo constante y visión global, han logrado que el ingenio y talento chapín sean la base para confirmar que Exportando, Guatemala sale adelante.

GUATEMALA ADEMÁS DE CONTAR CON UNA UBICACIÓN GEOGRÁFICA PRIVILEGIADA.

Noticias Sector Exportador

Visita AGEXPORT HOY

Contactenos

Para mayor información sobre las exportaciones le invitamos a llenar el siguiente formulario

Infografía # 1 Sector Manufacturas

Exportaciones Sector Manufacturas
US\$ 3.3
mil millones

2012

Categoría	Valor (Millones de US\$)	País
Artesanías	55	Dubai
Plásticos	48	Nicaragua
Productos Farmacéuticos	238.2	Panamá
Alimentos y Bebidas	1.8	Panamá
Jabones de tocador	29.1	Rep. Dominicana

Artesanías
Plásticos
Cosméticos
Manufacturas Diversas
Alimentos y Bebidas

US\$55 millones Estuches para Ipad Dubai

US\$48 millones Empaques flexibles Nicaragua

US\$238.2 millones Productos Farmacéuticos Panamá

US\$1.8 millones Pan tostado Panamá

US\$29.1 millones Jabones de tocador Rep. Dominicana

Email (requerido):
Asunto:
Mensaje:
Enviar

J L wZ
Ingresar el texto de la imagen:

Ciudad Guatemala
15 avenida 14-72 zona 13 Ciudad de Guatemala, Guatemala, Centroamérica
Teléfono: 502-2422-3400
Fax: 502-2422-3434
agexporthoy@agexport.org.gt

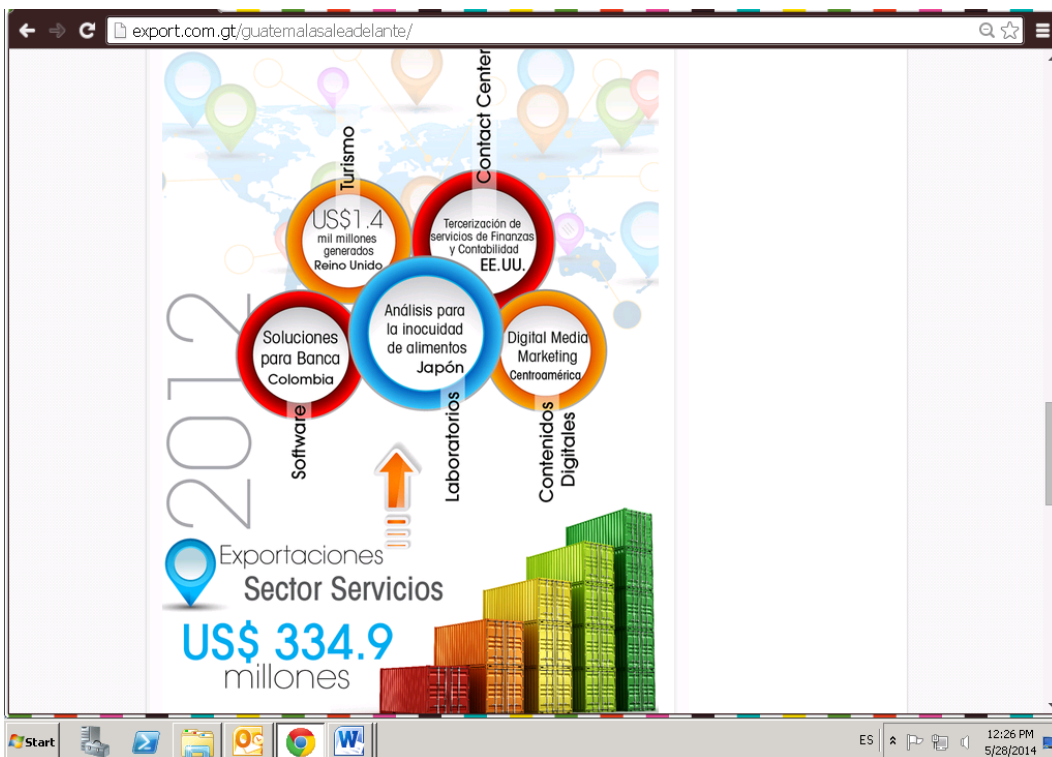
Filial de Quetzaltenango
7ª calle 29-25, zona 3 Quetzaltenango, Guatemala, Centroamérica
Teléfono: 502-7763-5412
Fax: 502-7763-5413

Si desea más información por favor complete el siguiente formulario.

Infografía # 2 Sector Agrícola



Infografía # 3 Sector Servicios



Infografía # 4 Beneficios de las exportaciones



2.8 Propuesta Sitio Web Campaña Institucional

Mapa del sitio



Bienvenido a: _____



Bienvenidos al sector exportador de productos no tradicionales de Guatemala. En este sitio usted podrá ver una muestra de los logros que el país ha alcanzado mediante el trabajo constante de empresarios, organizaciones no gubernamentales, academia, sector público, medios de comunicación y sobre todo, hombres y mujeres productores del área rural.

Todos en su conjunto han puesto un grano de arena para hacer de Guatemala un país exportador, misión por la que trabaja la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, desde hace más de tres décadas.

Una de las satisfacciones que más enorgullece al sector es la generación de un millón de fuentes de trabajo, de las cuales el 67% está en el área rural. El trabajo en equipo, encadenamientos productivos, alianzas estratégicas, innovación y emprendedurismo de los sectores de exportación, así como el talento y calidad del trabajo guatemalteco han abierto puertas al mercado exterior en más de 140 países del mundo a más de 4,000 productos, sumándole a eso una serie de servicios exportables que han logrado que el mundo voltee a ver a Guatemala como proveedor internacional.

Por ese motivo y muchos otros que encontrará en este sitio lo invitamos a conocer las potencialidades guatemaltecas, así como los eventos y ferias AGEXPORT, acreditadas internacionalmente, y las cuales han contribuido a que Guatemala se posicione como centro de negocios para el sector agrícola, manufacturas y servicios:



Lo invitamos a conocer y unirse a nuestro proyecto porque,
Exportando, Guatemala ¡Sale Adelante!

Fanpage en Facebook de AGEXPORT

www.facebook.com/photo.php?fbid=1020390761784105&set=a.10203907593120440.1073741829.1539846191&type=3&theater

Sector SERVICIOS

El Sector Servicios de AGEXPORT significó el **8.9%** de las exportaciones del país.

AGEXPORT y Stop Loss Brokerage
Promueven Guatemala como destino de salud, donde se ofrecen diversidad de servicios médicos.

La Comisión de Turismo y Salud
Se encarga de velar por la calidad del servicio que ofrecen las empresas afiliadas.

EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!
AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Agexport Guatemala
Te gusta · 21 de abril

Agregar una descripción

Etiquetar foto · Agregar ubicación · Editar

Me gusta · Comentar · Detener notificaciones · Compartir · Editar

Escribo un comentario...

Visión desde un móvil



2.8.1 Infografías

Infografía general con división por sectores y comisiones

¿Qué es EXPORTAR?

Es enviar o vender productos propios de un país a otro.



Estos pueden ser productos materiales, como frutas, verduras, textiles, entre otros. Y también pueden ser servicios, como contact centers, software, laboratorios y más.



En AGEXPORT los exportadores se agrupan por comisiones y éstas forman los siguientes sectores:



Agricultura y Acuicultura

- Frutas — [Frutas] [Berries] [Aguacate] [Cítricos] [Melón] [Mango]
- Arvejas y Vegetales — [Vegetales Diversos] [Arveja y Ejote] [Hidropónicos]
- Pesca y Acuicultura
- Productos diferenciados — [Productos diferenciados] [Productos Orgánicos] [Miel] [Cardamomo] [Ajonjolí] [Cafés diferenciados] [Cacao y Chocolate diferenciado]
- Plantas Ornamentales y follajes



Manufacturas

- Plásticos
- Artesanías
- Vestuario y textiles
- Alimentos y Bebidas
- Cosméticos
- Manufacturas
- Muebles y Productos Forestales



Servicios de Exportación

- IT&BPO — [Contact Center y BPO] [Desarrollo y contenidos digitales] [Software -SOFEX-]
- Laboratorios
- Turismo Sostenible
- Turismo de Salud y Bienestar



Servicios Integrados para la Exportación

- Logística
- Servicios Financieros, Asesoría y Consultoría Profesional

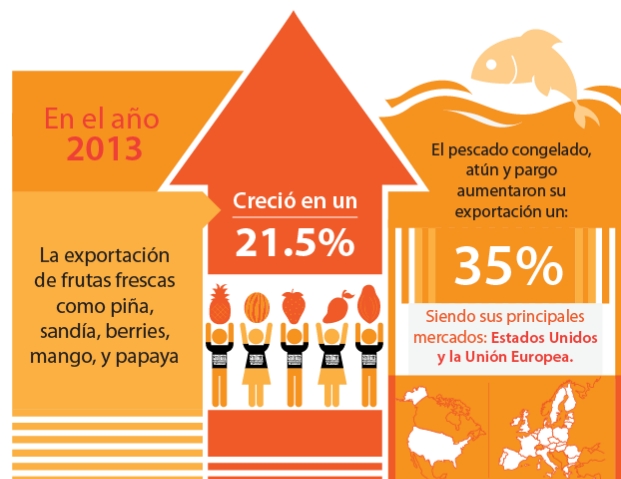
Para mayor información: www.export.com.gt

**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Infografía por cada sector (Agrícola, Manufacturas y Servicios)

Sector **AGRÍCOLA Y ACUICULTURA**



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Sector **MANUFACTURAS**



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Sector **EXPORTADOR DE SERVICIOS**



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Mensajes a utilizarse en infografías

✓ INFOGRAFÍA # 1

SECTOR MANUFACTURAS

- Algunas de las especies de madera más solicitadas son pino, caoba y palo blanco
- Gracias al “Acuerdo de Asociación con Europa”, el mercado de alimentos y bebidas creció un 100%, esto representa US\$70.9 millones.
- En 2013 la comisión de artesanías alcanzó los US\$56.6 millones en ventas, y benefician a un millón de artesanos de los 22 departamentos del país.

✓ INFOGRAFÍA # 2

SECTOR SERVICIOS

- AGEXPORT en conjunto con Stop Loss Brokerage promueven Guatemala como destino de salud, donde se ofrecen diversidad de cirugías, tratamientos médicos y especialistas.
- En 2013 el cierre del sector Turismo Sostenible fue de US\$2.5 millones y benefició a más de 50 empresas guatemaltecas que creen en el turismo sostenible.
- El Sector Servicios de AGEXPORT, significó el 8.9% de las exportaciones del país en 2013.

✓ INFOGRAFÍA # 3

ENCADENAMIENTOS EMPRESARIALES

- Durante los próximos 4 años se ejecutarán 140 encadenamientos, en 12 municipios de Quiché, Totonicapán y Quetzaltenango,
- 5,612 empresarios rurales, han mejorado sus condiciones de empleo e incrementado sus ingresos, con el programa Cadenas de Valor, financiado por la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional - USAID - liderado por AGEXPORT.
- En 2013 con los encadenamientos, se desarrolló y formalizó la Producción y comercialización de Eco-Leña, por microempresas comunitarias de mujeres rurales en Sacapulas, Quiché, junto a la Fundación Progresar.

✓ INFOGRAFÍA # 4
LABORATORIOS

- Guatemala tiene una gran variedad de laboratorios, se estima que es el país con más laboratorios y mayor diversidad de servicios en Centroamérica
- Los laboratorios guatemaltecos tienen la acreditación internacional de cumplimiento con la norma ISO 17025 por lo que son más cotizados en el mercado.
- Análisis de alimentos, agua, textiles, licores, entre otros son los servicios que más se solicitan en las empresas socias de AGEXPORT que prestan servicios de análisis

✓ INFOGRAFÍA # 5
SECTOR AGRÍCOLA Y ACUICULTURA

- Durante 2013 la exportación de ajonjolí, frutas frescas y congeladas, bulbos y raíces se recuperó en comparación al año anterior.
- La exportación de frutas frescas como sandía, melón, mango, papaya, piña, nuez de macadamia y fresas creció en un 21.5 %
- En 2013 el pescado congelado, atún y pargo aumentaron su exportación un 35%. Los principales mercados son: Estados Unidos y la Unión Europea.

✓ INFOGRAFÍA #6
SECTOR EXPORTADOR DE SERVICIOS

- En 2013, las exportaciones del sector de servicios ascendieron a \$ 461 millones.
- Los Contact Centers son el 52.1% del total de exportaciones de este sector.
- Contact Center, Turismo sostenible y Software de Exportación - SOFEX - son los servicios con más crecimiento en el sector.

2.8.2 ¿Sabías qué?

Infografías de datos curiosos sobre las exportaciones de nuestro país.



Mensajes ¿Sabías qué?

- Guatemala ha sido el exportador #1 de cardamomo desde hace 20 años.
- A nivel mundial el turismo de salud sobrepasa los 60,000 millones de dólares en ventas.
- Algunos productos no tradicionales que el país exporta son escobas, botas de hule y papel higiénico.
- En 1986 se exportaban 149 productos, ahora se exportan 4,058
- En el país hay 4 mil exportadores de las que 2,770 son mujeres empresarias.
- Algunos productos que se exportan en el Sector Agrícola y Acuicultura son: caucho natural, miel de abejas, camarón, chayotes y rambután.
- Los plásticos y las bebidas son los productos que más crecieron en el sector de manufacturas en 2013
- Un millón de personas tienen empleo, gracias a las exportaciones del sector manufacturero.
- 85,000 estadounidenses viajan cada año por tratamientos médicos y Guatemala es el destino que buscan.
- El 31% de exportaciones en la industria de la madera son los muebles y su principal destino es Estados Unidos.
- Actualmente, las exportaciones son el sector más dinámico de la economía guatemalteca.
- La exportación de plásticos genera 10 mil empleos directos y 50 mil indirectos.
- En el país hay 150 empresas de reciclaje que benefician directamente a 2,000 familias.
- El rambután es uno de los nuevos productos en la exportación y ha sido bien aceptado
- El sector forestal genera más de 90,000 empleos en el país
- El sector de manufacturas de AGEXPORT tiene 377 socios

2.8.3 Experiencias

Menú en donde podrán elegir una región, para conocer las experiencias de exportadores que hay en el área.



Región Metropolitana

Guatemala



Región Norte

Alta Verapaz | Baja Verapaz



Región Nor-Occidente

Chiquimula | El Progreso | Izabal | Zacapa



Región Sur-Occidente

Jalapa | Jutiapa | Santa Rosa

Ejemplo “Caso de éxito” redactado.



Productos de belleza y SPA Hechos en Totonicapán

El 5 de marzo de 2002 fue fundado Laboratorios Mabelli, S.A. integrada por 48 comunidades en el municipio de Momostenango, Totonicapán. La principal actividad productora era el cultivo de maíz, ahora ha cambiado y se dedican al cultivo de plantas medicinales como manzanilla, yerbabuena y sábila, que posteriormente son tratadas para convertirlas en productos de spa, como champú, gel exfoliante, gel humectante, mascarilla y espray antitranspirante.

**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

El proceso después de recolectar lo cultivado, es de forma artesanal y trabajado en el laboratorio, donde se encargan de lavar y desinfectar las plantas. Luego son sometidas a cocción y el líquido obtenido es filtrado para poder envasarlo. Posteriormente son trasladadas a una maquiladora, contratada por Mabeli, para que haga la mezcla de químicos biodegradables, y se obtenga el producto final.

Se debe resaltar que en Laboratorios Mabeli se trabaja pensando en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y velando por el bienestar del medio ambiente pues forma parte del "Fondo Competitivo de Eco-Empresas, para el manejo sostenible de los recursos naturales y reducción de la pobreza en Guatemala" financiado por el Programa Regional de Medio Ambiente - PREMACA - de la Embajada Real de Dinamarca.

Los resultados han sido inmediatos ya que un productor de manzanilla, en una cosecha puede producir hasta cinco quintales del producto, y obtener 50% más de ganancia que lo recibido por la cosecha de maíz.

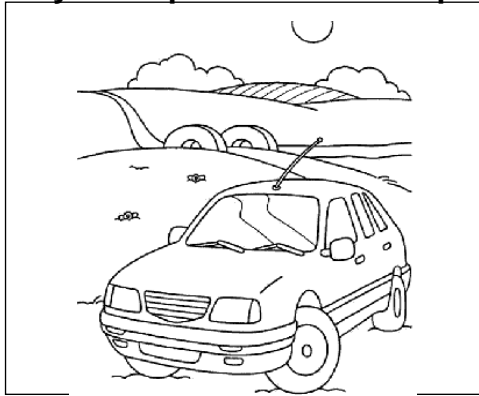
Con el cultivo de maíz que solo se producía una vez al año los ingresos eran mínimos (US\$15 a US\$18 el quintal) ahora con la cosecha de plantas medicinales además de que pueden haber varias producciones al año, el ingreso puede dejar ganancias de US\$75 a US\$100, y permite que se mantenga una familia por más de ocho meses.

Otros beneficio que se ha notado es la mejora en la dieta diaria pues el consumo de carne es más frecuente que en años anteriores, igualmente ha permitido el acceso a la educación, la salud y el ahorro.

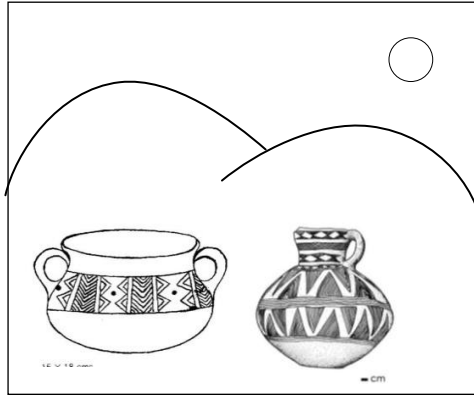
Todos los productos de Laboratorios Mabeli tienen efectos purificantes y de relajación y han tenido apoyo de otras empresas como Wal-Mart, Henkel y compañías internacionales. Wal-Mart fue su primer distribuidor pues además de darles asesoría fueron los primeros en colocar sus productos en góndolas de Hiper Paiz Roosevelt y Puerta Parada.

Actualmente hay más de 160 productores rurales y son beneficiadas 65,000 personas de forma directa e indirecta, habitantes de Quiché, Sololá, Totonicapán, Chimaltenango, Sacatepéquez, Guatemala, El Progreso y Jalapa. Asimismo la distribución de sus productos la realiza Corporación Amicelco, y su principal cliente sigue siendo Wal-Mart, que vende los productos de este laboratorio, mejor conocidos con el nombre Naturalies.

2.8.4 Storyboard para videos de experiencias



1. Cortina experiencias. Tomas del camino, describiendo el tiempo y distancia que hay.



2. tomas de los alrededores y de los productos que realiza la entrevistada. Música de fondo.



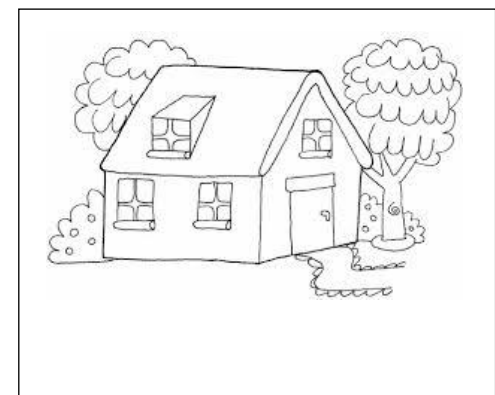
3. entrevista a exportador, cuenta su historia y usa la playera de la campaña. Cintillo con nombre y empresa o profesión.



4. Después de que habla por 20secs. enfocar el proceso de elaboración de los productos que exporta.



5. Enfocar al entrevistado desde diferentes ángulos. Dice cómo le ha ayudado las exportaciones. Al finalizar decir, Exportando, Guatemala sale adelante



6. Nos despide del lugar, tomas del lugar. Cortina con logo de AGEXPORT y la campaña. Música de fondo.

2.8.5 Pasos para exportar

Esquema de los pasos que deben seguirse para poder exportar un producto o servicio.

Pasos para EXPORTAR

1.	Obtener el código de exportador en la página web de SEADEx: https://seadex.export.com.gt/seadex/#/Home		
2.	Llenar formularios según el tipo de exportación, estos pueden ser:		
Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA)	Declaración para el Registro y Control de Exportación (DEPREX)	Declaración Única Aduanera (DUA) <i>Dependiendo del tipo de exportación puede ser:</i>	Otros posibles Certificados.
El producto es de Guatemala o Centroamérica. El destino del producto es Centroamérica. Si desea acogerse al tratado de integración centroamericana.	<ul style="list-style-type: none"> • El origen o destino del producto NO son de Centroamérica. • El destino del producto es Centroamérica o cualquier otro país. • Certificado TLC – CAFTA 	<ul style="list-style-type: none"> • DUA Simplificada. Exportaciones marítimas y aéreas. • DUA Complementaria. Confirmar exportaciones marítimas y aéreas. • DUA Rectificatoria. Rectificar datos detalladas de la DUA Complementaria • DUA Provisional. Exportaciones a granel bajo decreto 29-89 o definitivas. • DUA Complementaria Provisional. Confirmar exportación a granel bajo decreto 29-89 o definitivas. • DUA Normal. Exportaciones terrestres 	<ul style="list-style-type: none"> • Finalmente dependiendo el origen del producto pueden requerirse otros Certificados. Éstos pueden ser: • El origen o destino del producto NO son de Centroamérica. • El destino del producto es Centroamérica o cualquier otro país. • Certificado TLC – CAFTA

Para mayor información: www.vupe.export.com.gt

EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



2.8.6 Identificador

Playera de la campaña institucional, que aparece en las imágenes de las infografías y en los videos de experiencias.



Sector MANUFACTURAS



2.9 Cronograma

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Mayo 5	6	7	8	9
Inicio de práctica				
12	13 Encuesta al público sobre el sitio web actual	14	15	16
	----- Etapa # 1 -----			
19	20	21	22	23 Presentación de la propuesta para el sitio
----- Etapa # 1 -----				
26	27	28	29	30
	----- Etapa # 1 y 2 -----			
Junio 2	3	4	5	6
9	10	11	12	13
	----- Etapa # 2 -----			
16	17	18	19	20
23	24	25	26	27
	----- Etapa # 3 -----			
30	Julio 1	2	3	4
Asueto	----- Etapa # 4 -----			
7	8	9	10	11
14	15	16	17	18
	----- Etapa # 5 -----			

2.10 Presupuesto

Descripción	Costo
Videos de entrevistas en el interior del país (Sección Experiencias) Quiché	
200 Playeras para grabación de video (c/u Q20. °°)	Q4, 000.°°
Alquiler de vehículo	Q500.°°
Gasolina 400kms. Ida y vuelta (1 Gal x Q34.°°)	Q300.°°
Hotel (una noche, 2 habitaciones)	Q400.°°
Comida (Q30.°° x comida / 4 comidas en total x persona) Costo por 3 personas.	Q360.°°
Costo por asesoría (diseño y comunicación)	Q20,000°°
TOTAL	Q25, 560.°°

2.11 Control y Seguimiento (Evaluación)

a) Cuando el sitio web ya esté terminado, se enviará el enlace junto con una encuesta donde se les preguntará ¿les gusta la página?, ¿es fácil navegar en ella?, ¿es interesante la información que hay? ¿qué no les gustó de la página? Así se podrá ver la percepción del público respecto a la página, el impacto de la información y la forma como se les presenta. También se evaluará a través de los “likes” o “reenvíos” que se tengan en las redes sociales respecto a los posts, con la información que los enlazará al site,

b) Preguntar, por iniciativa propia de la epesista, a la Gerente de Comunicación, sobre el rendimiento que está teniendo y los cambios que podrían hacerse para mejorar el rumbo de la estrategia y el apoyo que brinda en las tareas de Comunicación de la Asociación de Exportadores



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Productos que se entregarán Asociación Guatemalteca de Exportadores

Los materiales que se entregarán como producto del Ejercicio Profesional Supervisado, a la Gerencia de Comunicación de la Asociación Guatemalteca de Exportadores serán los siguientes.

PRODUCTO	RECIBIDO
1 Infografía organización por sectores y comisiones.	
7 infografías de sectores (2 sector agrícola, 2 de sector servicios, una de manufacturas, laboratorios, encadenamientos empresariales)	
16 imágenes de ¿Sabías qué? De diferentes sectores de AGEXPORT	
1 Infografía pasos para exportar	
10 casos de éxito redactados.	
1 Playera negra con serigrafía Exportando, Guatemala ¡sale adelante!	
Storyboard del video para casos de éxito en la sección experiencias.	

Licda. Marlene Martínez
Gerente Departamento de Comunicación

Capítulo III

Ejecución

1. Nueva imagen Sitio Web
2. Infografías
3. ¿Sabías qué?
4. Casos de éxito
5. Pasos para Exportar
6. Identificador
7. Publicaciones en Facebook

Sitio Web
Campaña Institucional
Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT

3. La ejecución de la estrategia planificada para mejorar y apoyar la Campaña Institucional de la Asociación Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT- se llevó a cabo del 5 de mayo al 11 de julio de 2014. Dicha estrategia consistió en la renovación del mini sitio web de dicha campaña, en donde se presentaban gráficas e información sobre las exportaciones hasta el año 2012. El esquema del sitio web, las infografías y contenido se renovó, con el siguiente material.

3.1 El nuevo sitio tiene el esquema de las páginas web de la AGEXPORT, con viñetas en la parte superior, donde se puede elegir la sección a la que quieren acceder, la primera opción es el inicio en donde se encuentra la bienvenida al visitante, exhortando a conocer más sobre los productos que el país exporta y los beneficios que trae a Guatemala. Para navegar por este sitio web, esta es la dirección: <http://export.com.gt/guatemalasaladelante/>

3.2 la segunda opción que hay en el menú horizontal son las infografías, en donde inicia con dos infografías generales, explicando la organización de AGEXPORT, dividida en cuatro sectores (agrícola, manufacturas, exportación de servicios y servicios al exportador) y las divisiones de éstos comisiones y subcomisiones.

Además de 7 infografías, divididas de la siguiente manera:

- 2 infografías del sector Agrícola y Acuicultura
- 2 infografías del sector de Exportación de Servicios
- 1 infografía del sector de manufacturas
- 1 infografía de la Comisión de Laboratorios.
- 1 infografía de Encadenamientos Empresariales

La información que se usó para las infografías fue obtenida de los comunicados de prensa e información de cierre del año 2013, validados por el departamento de Comunicación y por los gerentes de cada sector. Se realizaron dos infografías del sector Agrícola y Acuicultura por ser uno de los más grandes y con más impacto en el área rural. También se hicieron dos infografías del sector de Exportación de Servicios, por ser el sector más nuevo y con rápido crecimiento y poco conocido por el público, en donde se reúnen empresas de servicios digitales, turismo y médico.

Finalmente se optó por hacer una infografía de Laboratorios, ya que es la menos conocida y con impacto durante el 2013, ya que congrega laboratorios guatemaltecos reconocidos a nivel internacional. Así mismo se hizo una infografía de Encadenamientos Empresariales por ser uno de los proyectos más recientes, apoyados por la USAID, HIVOS y apoyo de otros países, en donde se busca orientar y empoderar al sector rural para ser productores y exportadores.

3.3 En el sitio también hay una sección llamada ¿Sabías qué? Con datos curiosos, rápidos y desconocidos a la población. En esta sección hay 16 infografías con mensajes breves e imágenes relacionadas al tema. Divididas de la siguiente forma:

- 5 Sector Manufacturas
- 5 información general AGEXPORT
- 4 Sector Agrícola y Acuicultura
- 2 Sector Exportador de Servicios

Igualmente la información fue obtenida de Comunicados de prensa y redactados de forma breve pero que interesara al lector y causara interés y curiosidad. Fue a través de algunos de estos mensajes que se dio a conocer el sitio web en Facebook.

3.4 Otro objetivo del sitio web y la campaña de AGEXPORT es dar a conocer el éxito que han tenido las empresas al ser exportadores y ser orientados por esta asociación. Por lo que se entrevistaron a diferentes socios de varios sectores, y redactar un artículo en donde además de dar a conocer el éxito de su empresa, muestren que la exportación es una forma para que Guatemala salga adelante. En

los casos se colocó una imagen del producto o servicio que se exporta y un título llamativo, breve que invite a la lectura.

Se redactaron 10 casos de éxito, sin embargo en el sitio web, hasta el momento se han publicado solamente 4, ya que antes de publicarlos debían ser revisados por la Gerente de Comunicación.

3.5 Así mismo se hizo una última sección en donde se explican los pasos para exportar un producto o servicio. Se investigó en la Ventanilla Única para el Exportador – VUPE – y se realizó una infografía donde se explican los requisitos y pasos que deben seguirse dependiendo el producto o servicio, el transporte y destino al que se dirige.

3.6 Al finalizar el sitio web, se redactó un manual en donde se explica el proceso que se tuvo desde el diagnóstico y estrategia, hasta los objetivos y parámetros que se tuvieron en la redacción y creación de las infografías, para que el sitio web se actualice por lo menos cada 6 meses.

Así mismo se realizó el identificador, que consistió en dos playeras negras con el mensaje “Exportando, Guatemala ¡sale adelante!” para que se pueda utilizar en la realización de videos con otros casos de éxito o para la campaña institucional.

3.7 Durante las 360 horas de práctica realizadas en la AGEXPORT también se colaboró en la redacción de notas y artículos para el Periódico Digital del Sector Exportador “AGEXPORT Hoy”, así mismo la redacción del artículo sobre el uso del agua en la industria y recreación, con la visita a la Hidroeléctrica Chixoy y el parque acuático Xocomil, publicado en la revista DATA Export del mes de julio. Además de la colaboración en diferentes actividades como llamadas y confirmaciones de periodistas a conferencias de prensa, colaboración en el diplomado de periodistas, organización e investigación de pasos para organizar y autorización de un concurso de fotografía, etc.

3.8 El sitio web se dio a conocer al público a través de la Fan Page en Facebook de AGEXPORT, el día miércoles 23 de julio, con una imagen de ¿Sabías qué? Invitando a ingresar al enlace del sitio web de la campaña. Donde obtuvo 43 likes. Luego el miércoles 30 se lanzó otra imagen y alcanzó 55 likes. Fueron las únicas publicaciones hechas por el tiempo tan limitado ya que en el mes de agosto dedican más publicaciones al Galardón al Exportador.

3.1 Bienvenida



Guatemala 11 de Agosto del 2014
Parcialmente Despejado


24°C

Q7.83327 x \$1.00 USD

[Inicio](#) [Infografías](#) [¿Sabías Qué?](#) [Casos de Éxito](#) [Galería de Imágenes](#) [Pasos para Exportar](#)

Inicio

[Inicio](#)




Bienvenidos al sector exportador de productos no tradicionales de Guatemala. En este sitio usted podrá ver una muestra de los logros que el país ha alcanzado mediante el trabajo constante de empresarios, organizaciones no gubernamentales, academia, sector público, medios de comunicación y sobre todo, hombres y mujeres productores del área rural y urbana.

Todos en su conjunto han puesto un grano de arena para hacer de Guatemala un país exportador, misión por la que trabaja la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, desde hace más de tres décadas.

Una de las satisfacciones que más enorgullece al sector es la generación de un millón de fuentes de trabajo, de las cuales el 67% está en el área rural.

El trabajo en equipo, encadenamientos productivos, alianzas estratégicas, innovación y emprendedurismo de los sectores de exportación, así como el talento y calidad del trabajo guatemalteco han abierto puertas al mercado exterior en más de 140 países del mundo a más de 4.000 productos, sumándole a eso una serie de servicios exportables que han logrado que el mundo voltee a ver a Guatemala como proveedor internacional.

Por ese motivo y muchos otros que encontrará en este sitio lo invitamos a conocer las potencialidades guatemaltecas, así como los eventos y ferias AGEXPORT, acreditadas internacionalmente, y las cuales han contribuido a que Guatemala se posicione como centro de negocios para el sector agrícola, manufacturas y servicios:



agritrade
GROWING BUSINESS TOGETHER



APPAREL
SOLUTIONS

NWC 2014
25th September
Cancun

Manufexport
Hand Quality
Guatemala

expOMUEBLE
Renueva tu vida, renueva tus ambientes.

Periodico Digital



Contáctenos:

Tu nombre (requerido)

Tu Email (requerido)

Tu Mensaje

Enviar

3.2 Infografías (Diseño María Elena Rosales Vielman)

Primera Parte

¿Qué es EXPORTAR

Es enviar o vender productos propios de un país a otro.



Éstos pueden ser productos materiales, como frutas, verduras, textiles, entre otros. Y también pueden ser servicios, como contact centers, software, laboratorios y más.



En AGEXPORT los exportadores se agrupan por comisiones y éstas forman los siguientes sectores:

Agricultura y Acuicultura



Frutas

- Frutas
- Berries
- Aguacate
- Cítricos
- Melón
- Mango



Arvejas y Vegetales

- Vegetales Diversos
- Arveja y Ejote
- Hidropónicos



Pesca y Acuicultura



Productos Diferenciados

- Productos Diferenciados
- Productos Orgánicos
- Cafés Diferenciados
- Cacao y Chocolate Diferenciado
- Miel
- Cardamomo
- Ajonjolí



Plantas Ornamentales y Follajes

**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Infografía General de la organización de AGEXPORT (PARTE I)

¿Qué es EXPORTAR

Manufacturas

- Plásticos
- Artesanías
- Vestuario y Textiles
- Alimentos y Bebidas
- Cosméticos
- Manufacturas
- Muebles y Productos Forestales

Servicios de Exportación

- IT&BPO
 - Contact Center y BPO
 - Software -SOFEX-
 - Desarrollo y Contenidos Digitales
- Laboratorios
- Turismo Sostenible
- Turismo de Salud y Bienestar

Servicios Integrados para la Exportación

- Logística
- Servicios Financieros, Asesoría y Consultoría Profesional

EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Infografía General (PARTE II) (Diseño María Elena Rosales Vielman)

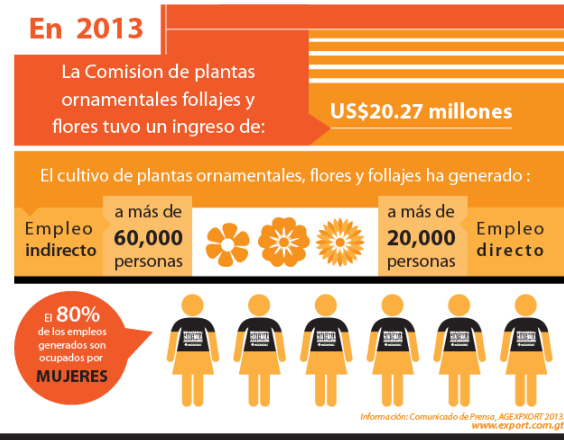
(Diseño María Elena Rosales Vielman)

Sector **AGRÍCOLA Y ACUICULTURA**



Infografía Sector Agrícola y Acuicultura

Sector **AGRÍCOLA Y ACUICULTURA**



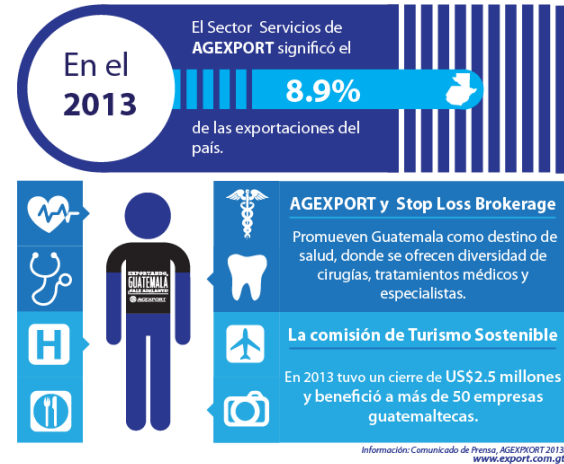
Infografía Sector Agrícola y Acuicultura 2

Sector **MANUFACTURAS**



Infografía Sector Manufacturas

Sector **EXPORTADOR DE SERVICIOS**



Infografía Sector Exportador de Servicios

Sector
EXPORTADOR DE SERVICIOS



Infografía Sector Exportador de Servicios

Encadenamientos
EMPRESARIALES



Infografía Encadenamientos Empresariales

Comisión
LABORATORIOS



Infografía Comisión de Laboratorios

(Diseño María Elena Rosales Vielman)
3.3 ¿Sabías qué?

¿Sabías
qué?

El 31% de exportaciones en la industria de la madera son los muebles y su principal destino es Estados Unidos.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Dato curioso de Sector Manufacturas

¿Sabías
qué?

A nivel mundial el turismo de salud sobrepasa los 60,000 millones de dólares en ventas.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Dato curioso, comisión Turismo

¿Sabías
qué?

En 1986 se exportaban 149 productos.

¡Ahora se exportan 4,058 productos!



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Dato curioso AGEXPORT

¿Sabías
qué?

En el país hay 150 empresas de reciclaje que benefician directamente a 2,000 familias.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!



Dato Curioso, Sector Manufacturas

¿Sabías **qué?**

85,000 estadounidenses viajan cada año por tratamientos médicos

y Guatemala es un de los destinos que buscan.



**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Dato curioso de comisión Turismo de Salud

¿Sabías **qué?**

Algunos productos **no tradicionales** que el país exporta son:

Escobas, botas de hule y papel higiénico.



**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Dato curioso AGEXPORT

¿Sabías **qué?**

La exportación de plásticos genera

10 mil empleos directos y 50 mil indirectos.



**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Dato curioso, comisión Plásticos

¿Sabías **qué?**

Un millón de personas tienen empleo

gracias al sector exportador.



**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



Dato Curioso AGEXPORT

¿Sabías **qué?**

El Sector de Manufacturas de **AGEXPORT** tiene

377 socios



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso Sector Manufacturas

¿Sabías **qué?**

Algunos productos que se exportan en el Sector Agrícola y Acuicultura son:

miel de abejas, camarón, chayotes y rambután.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso Sector Agrícola y Acuicultura

¿Sabías **qué?**

En el país hay 4 mil exportadores

de las que 2,770 son mujeres empresarias



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso AGEXPORT

¿Sabías **qué?**

El rambután es uno de los nuevos productos

en la exportación y ha sido bien aceptado.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato Curioso Sector Agrícola y Acuicultura

¿Sabías **qué?**

Los plásticos y las bebidas
son los productos que más crecieron en el sector de manufacturas en 2013.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!
AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso Sector Manufacturas

¿Sabías **qué?**

Guatemala ha sido el exportador **#1 de Cardamomo** desde hace 20 años.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!
AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso Sector Agrícola y Acuicultura

¿Sabías **qué?**

Actualmente, las exportaciones
son el sector más dinámico de la economía guatemalteca.



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!
AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato curioso AGEXPORT

¿Sabías **qué?**

El sector forestal genera más de **90,000 empleos en el país.**



EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!
AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Dato Curioso Sector Agrícola y Acuicultura

3.4 Casos éxito redactados



cooperativa
integral agrícola
**mujeres
4pinos**

COOPERATIVA 4 PINOS

Es desarrollo integral y equidad

El programa “Cadenas de Valor” financiado por la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional - USAID - y liderado por AGEXPORT han resaltado el potencial que tiene el área rural en nuestro país, promoviendo su desarrollo con equidad.

Un ejemplo de este trabajo y de la capacidad que tiene nuestro país es la “Cooperativa integral agrícola Mujeres 4 pinos” ubicada en Santiago Sacatepéquez.

**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Fundada en 2010 por tres mujeres líderes de la comunidad en colaboración con el programa Cadenas de Valor Rurales. Se cultiva y exporta diversidad de productos, entre ellos, flor de izote, zucchini, ejote, radicchio, mini zanahoria y variedad de arveja.

La cooperativa está formada por 450 mujeres, habitantes de diferentes municipios como, Sumpango, Zaragoza, Chimaltenango y Quiché, cada una trabaja en su parcela y en fechas específicas pasan miembros de la cooperativa, recogiendo el producto cultivado para exportarlo a Estados Unidos y Europa.

La producción se realiza desde el 2003, sin embargo lo más que producían eran 500 libras del producto al año. Fue a partir del 17 de septiembre de 2010, que asociadas como Cooperativa Mujeres 4 Pinos aumentó la cosecha enormemente, ya que ahora cultivan entre 4.0 y 4.5 millones de libras al año, expresa Victoria Arreaga, una de las fundadoras de Mujeres 4 pinos.

Los beneficios de haber creado una Cooperativa son integrales ya que antes sólo se dedicaban a la producción, en cambio ahora ya son parte de la comercialización, así mismo ha mejorado la calidad de vida de sus integrantes.

“La desnutrición ha disminuido, tenemos condiciones sociales y humanas más dignas. Hay más respeto por parte de los hombres y apoyo para mejorar y continuar las alianzas. Se ha empoderado a la mujer en la actividad productora, y ahora ya tomamos decisiones en casa, sobre todo en la economía, además hay mujeres que en la cooperativa aprendieron a leer y escribir, todo esto nos eleva la autoestima” afirmó Arreaga.

Han trabajado en equipo, ya que con el apoyo de la Cooperativa de hombres, como ellas le llaman, varias mujeres han aprendido a leer, escribir e introducirse en el uso de la computadora.

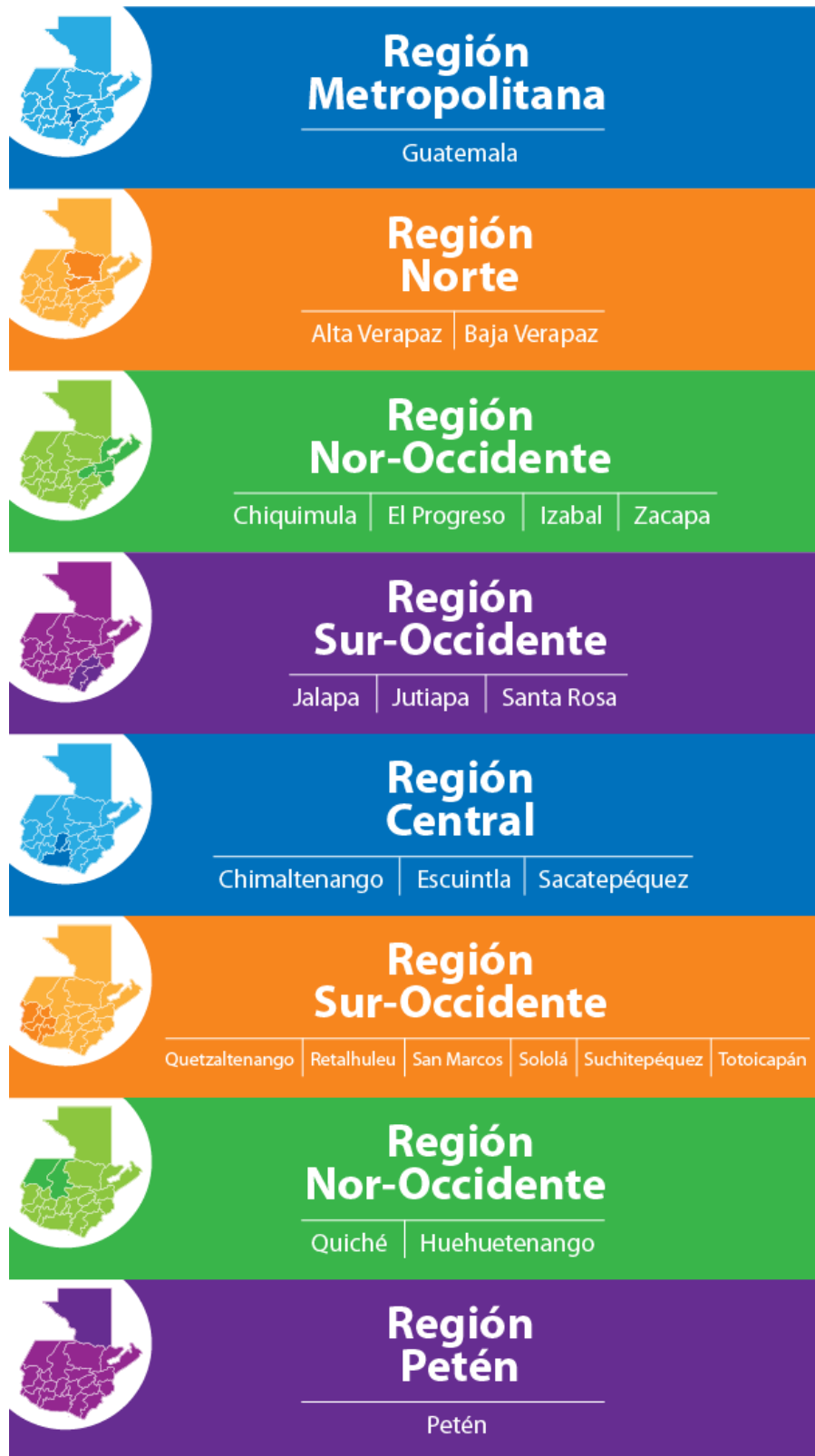
La Cooperativa Agrícola Integral Mujeres 4 Pinos se asoció a AGEXPORT desde 2010, y entre los beneficios que han recibido están, tener una imagen publicitaria para poder darse a conocer con los compradores, recibir asistencia técnica para disminuir el rechazo y aumentar la producción, asimismo la participación en ferias de Europa, Agritrade, y Pymes.

“La situación social y cultural ha cambiado en las comunidades ya que ha agregado valor a la mujer del campo” Agregó Arreaga. Asimismo se ha otorgado el certificado Global G.A.P. a 126 mujeres, por las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA’s) en cultivos y cosechas, también se ha enlazado con otras agencias de cooperación productora. Y se han recibido capacitaciones para mejorar el trabajo.

Para terminar, Arreaga comparte que por ahora el objetivo principal de la Cooperativa no es aumentar la cantidad de socias, sino exhortar a las comunidades a salir adelante a través de la calidad del trabajo y las exportaciones.

**Para más información puede visitar la página web www.mujierescuatropinos.com o comunicarse a Encadenamientos Rurales de AGEXPORT.

3.4.1 Menú casos de éxito (Diseño María Elena Rosales Vielman)



3.5 Pasos para Exportar (Diseño María Elena Rosales Vielman)

Pasos para EXPORTAR

1. Obtener el código de exportador en la página web de SEADEx: https://seadex.export.com.gt/seadex/#/Home			
2. Llenar formularios según el tipo de exportación, estos pueden ser:			
Formulario Aduanero Único Centroamérica no (FAUCA)	Declaración para el Registro y Control de Exportación (DEPREX)	Declaración Única Aduanera (DUA) <i>Dependiendo del tipo de exportación puede ser:</i>	Otros posibles Certificados.
<ul style="list-style-type: none"> El producto es de Guatemala o Centroamérica. El destino del producto es Centroamérica. Si desea acogerse al tratado de integración centroamericana 	<ul style="list-style-type: none"> El origen o destino del producto NO son de Centroamérica. El destino del producto es Centroamérica o cualquier otro país. Certificado TLC – CAFTA 	<ul style="list-style-type: none"> DUA Simplificada. Exportaciones marítimas y aéreas. DUA Complementaria Confirmar exportaciones marítimas y aéreas. DUA Rectificatoria. Rectificar datos detalladas de la DUA Complementaria DUA Provisional. Exportaciones a granel bajo decreto 29-89 o definitivas. DUA Complementaria Provisional. Confirmar exportación a granel bajo decreto 29-89 o definitivas. DUA Normal. Exportaciones terrestres 	<ul style="list-style-type: none"> Finalmente dependiendo el origen del producto pueden requerirse otros Certificados. Éstos pueden ser: El origen o destino del producto NO son de Centroamérica. El destino del producto es Centroamérica o cualquier otro país. Certificado TLC – CAFTA

Para mayor información: www.vupe.export.com.gt

**EXPORTANDO,
GUATEMALA
¡SALE ADELANTE!**



AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

3.6 Identificador



3.7 Publicaciones en Facebook

Publicación del 23 de julio 2014 / 43 "Me gusta"

The image shows a Facebook post from the page 'Agexport Guatemala'. The post features a large graphic with a blue background and white text. The text reads: 'El 31% de exportaciones en la industria de la madera son los muebles y su principal destino es Estados Unidos.' Below the text are silhouettes of a sofa and a chair. At the bottom of the graphic, it says 'EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!' and the 'AGEXPORT' logo with the text 'ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES'. The Facebook interface on the right shows the post was made on July 23rd, includes a link to a website, and has 43 likes and 1 share. The comment section is empty.

El 31% de exportaciones en la industria de la madera son los muebles

y su principal destino es Estados Unidos.

EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Agexport Guatemala
Te gusta · 23 de julio

¿Sabías que?

Si deseas conocer más sobre las exportaciones haz click aquí: <http://goo.gl/X9zxyt>

Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A ti, Fabricio López, Maria Elena Rosales Vielman y 40 personas más les gusta esto.

Compartido una vez

Escribe un comentario...

Chat (desactivado)

Publicación del 30 de julio de 2014 / 55 “Me gusta”

The image shows a Facebook post from the page 'Agexport Guatemala'. The post features a large orange graphic with white text that reads: 'La exportación de plásticos genera 10 mil empleos directos y 50 mil indirectos.' Below the text are icons for a fork, knife, and spoon; a plastic bottle; and a plastic cup. At the bottom of the graphic, it says 'EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!' and the 'AGEXPORT ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES' logo.

The Facebook post itself includes the following text:

Agexport Guatemala
Te gusta · 30 de julio

¿Sabías que?

Si deseas conocer más sobre las exportaciones haz click aquí: <http://goo.gl/X9zxyt>

Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A ti, Pao Ramos, Maria Elena Rosales Vielman y 52 personas más les gusta esto.

Compartida 4 veces

Escribe un comentario...

Publicación 27 de agosto de 2014 / 75 “Me gusta”

The image shows a Facebook post from the page "Agexport Guatemala". The post features a large green graphic with white text and icons. The text in the graphic reads: "Actualmente, las exportaciones son el sector más dinámico de la economía guatemalteca." Below this text are five stylized human figures, each with a green money bag on its head. At the bottom of the graphic, it says "EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!" and includes the logo for "AGEXPORT ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES". The Facebook post itself includes the profile picture of Agexport Guatemala, the text "¿Sabías que? Si deseas conocer más sobre las exportaciones haz click aquí: http://goo.gl/X9zxyt", and interaction options like "Compartida 3 veces" and a comment box.

Actualmente, las exportaciones
son el sector más dinámico de la economía guatemalteca.

EXPORTANDO, GUATEMALA ¡SALE ADELANTE!

AGEXPORT
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

Agexport Guatemala
Te gusta · 27 de agosto ·

¿Sabías que?
Si deseas conocer más sobre las exportaciones haz click aquí: <http://goo.gl/X9zxyt>

Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A ti, Emily Lopez C, Maria Elena Rosales Vielman y 72 personas más les gusta esto.

Compartida 3 veces

Escribe un comentario...

Chat (desactivado)

Capítulo IV

Evaluación

- 1. Materiales entregados**
- 2. Encuesta nuevo Sitio Web**



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



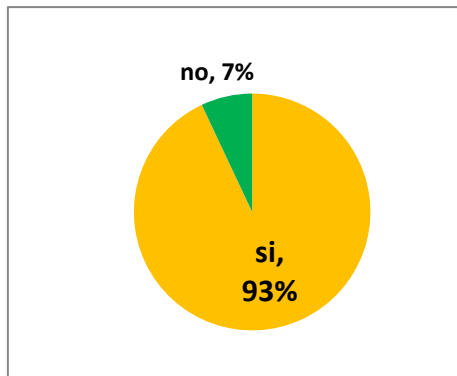
Material entregado Asociación Guatemalteca de Exportadores

Los materiales que se entregarán como producto del Ejercicio Profesional Supervisado, a la Gerencia de Comunicación de la Asociación Guatemalteca de Exportadores serán los siguientes.

PRODUCTO	RECIBIDO
1 Infografía organización por sectores y comisiones.	✓
7 infografías de sectores (2 sector agrícola, 2 de sector servicios, una de manufacturas, laboratorios, encadenamientos empresariales)	✓
16 imágenes de ¿Sabías qué? De diferentes sectores de AGEXPORT	✓
1 Infografía pasos para exportar	✓
10 casos de éxito redactados.	✓
1 Playera negra con serigrafía Exportando, Guatemala ¡sale adelante!	✓
Storyboard del video para casos de éxito en la sección experiencias.	✓

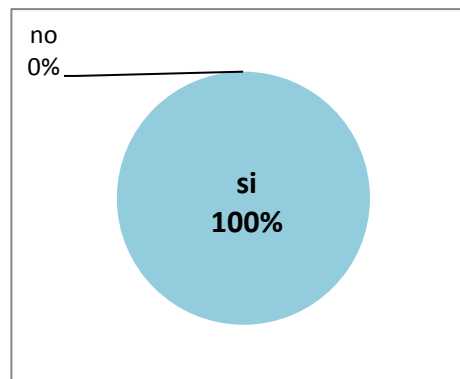
Resultados

1. ¿Le pareció atractivo el Sitio Web?



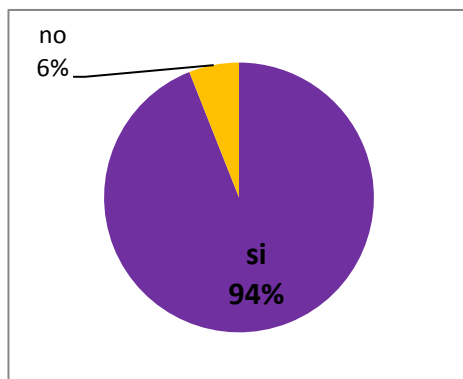
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Septiembre 2014

2. ¿Fue fácil navegar por el sitio?



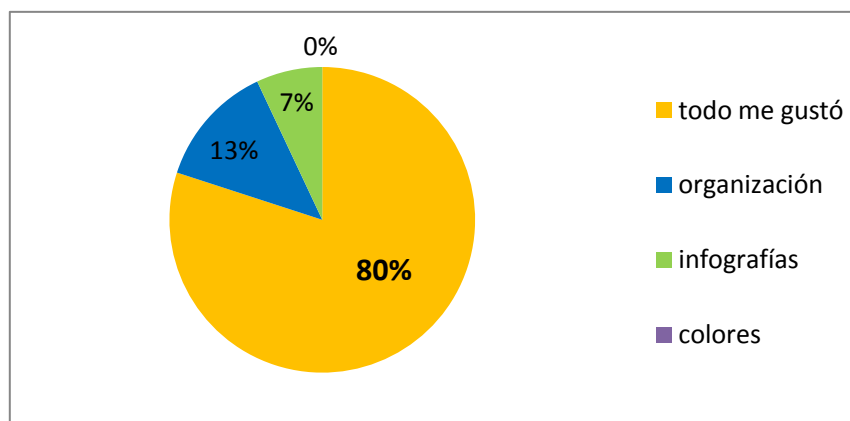
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Septiembre 2014

3. ¿Le pareció interesante la información que encontró?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Septiembre 2014

4. ¿Qué no le gustó del sitio web?



Fuente: Cabrera González, Carmen María. Septiembre 2014

Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

La mayoría de exportadores conocen la Asociación Guatemalteca de Exportadores y están asociados. Sin embargo no han visto su presencia en publicidad más que en noticias de prensa, radio y televisión.

La población en general sabe las ventajas de ser un país exportador, sin embargo no conoce el trabajo de la AGEXPORT, y los beneficios y servicios que puede ofrecer a las MiPymes y emprendedores.

A pesar de los 32 años de existencia de la AGEXPORT, solamente ha realizado 3 campañas publicitarias, la última y única financiada por recursos propios, se realizó en 2013, en medios de comunicación masiva como radio, televisión nacional y locales. Sin embargo, 4 meses después, los socios no recuerdan dicha campaña.

Los medios digitales han revolucionado la comunicación y son una alternativa económica, con mayor alcance que los medios masivos tradicionales. En donde puede darse a conocer e interactuar con el público objetivo.

El trabajo de comunicadores y diseñadores, consististe en ser más que una dupla comunicacional, es trabajar en equipo por un mismo objetivo, uniendo las fortalezas de ambas partes y así superar las debilidades.

Recomendaciones

A la Asociación Guatemalteca de Exportadores:

Actualizar cada seis meses o cada año el sitio de la campaña institucional “**Exportando ¡Guatemala, sale adelante!**” con datos actuales, manteniendo los colores y diseño. Además de agregar casos de éxito redactados y videos para que sea más atractivo. El material se puede seguir publicando en las redes sociales y apoyarse del sitio para concursos y proyectos futuros.

Proyectarse en unidades académicas de las universidades para poder darse a conocer y crear conciencia a los jóvenes sobre los beneficios de ser un país exportador y las oportunidades que pueden tener las MiPymes por parte de la AGEXPORT.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Organizar actividades y proyectos que integren estudiantes de otras unidades académicas, como diseño gráfico, ingeniería y economía para poder ejecutar proyectos juntos, dentro y fuera de la ciudad.

Aprovechar los beneficios de los medios digitales para actualizar el pensum de estudios y formar a los alumnos como comunicadores a la vanguardia e innovación.

A la población guatemalteca

Informarse y conocer los beneficios de ser un país exportador y de la AGEXPORT, para poder apoyar e impulsar las micro-pequeñas y medianas empresas, como una forma de generar empleo, mejorar la economía del país y dar a conocer Guatemala en el extranjero.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



6. Anexos

Encuesta Socios AGEXPORT

Por favor responda la siguiente encuesta con sinceridad. La información obtenida será utilizada para mejorar la propaganda de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT. Sector al que pertenece: _____

1. ¿Desde hace cuánto tiempo es socio de AGEXPORT?
 - 1 a 5 años
 - 6 a 10 años
 - Más de 10 años

2. ¿Cómo se entero de AGEXPORT?
 - Prensa
 - Radio
 - Televisión
 - Internet
 - Trámites de exportación
 - otro

3. ¿Considera que AGEXPORT se ha dado a conocer a través de radio, prensa y televisión?
 - Bastante
 - Poco
 - Nada

4. ¿En qué cree que se beneficiaría AGEXPORT al hacer más publicidad?
 - Ganar socios
 - Darse a conocer
 - En nada
 - Otro: _____

5. ¿Recuerda la última campaña publicitaria de AGEXPORT?
 - Si
 - No



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Encuesta
No Socios AGEXPORT

Por favor responda la siguiente encuesta con sinceridad. La información obtenida será utilizada para mejorar la propaganda de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT.

Producto que exporta _____

1. ¿Desde cuándo exporta su producto?

- 1 a 2 años
- 3 a 4 años
- Más de 5 años

2. ¿Conoce el trabajo que hace AGEXPORT?

- Si
- No

3. ¿Ha escuchado o visto sobre AGEXPORT en los medios de comunicación?

- Si
- No

4. Si su respuesta anterior es afirmativa, ¿en qué medios ha visto la presencia de AGEXPORT?

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Facebook
- Twitter
- Otro: _____

5. Si AGEXPORT tuviera más presencia en medios de comunicación, ¿consideraría asociarse a dicha institución?

- Si
- No
- Posiblemente



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Encuesta
Público en General

Por favor marque la respuesta que ha elegido.

1. ¿Cuántos años tiene?
 - Menos de 18
 - 18 a 25
 - 26 a 35
 - 36 a 45
 - Más de 45

2. ¿Conoce los beneficios de ser un país exportador?
 - Si
 - No

3. ¿Conoce el trabajo de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT?
 - Si
 - No
 - Un poco

4. ¿Ha visto o escuchado sobre AGEXPORT en los medios de comunicación?
 - Si
 - No

5. Si su respuesta anterior es afirmativa, ¿en qué medios ha visto la presencia de AGEXPORT?
 - Periódicos
 - Radio
 - Televisión
 - Facebook
 - Twitter
 - Otro: _____

6. ¿Considera importante conocer más sobre esta asociación?
 - Si
 - No



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



6. 1 Transcripción completa de las entrevistas.

Entrevista
Licenciada Marlene Martínez
Gerente de Comunicación

1. ¿Cuál es la función del área de comunicación en AGEXPORT?

R// Publicar noticias, sensibilización de públicos objetivos, alianza estratégica con los medios, y campaña conciencia exportadora.

Por ejemplo, la formación de líderes empresarios, dar a conocer a los nuevos socios sobre la visión y misión de AGEXPORT Sensibilizarlos, mostrar que no se darán a conocer como su empresa sino como país. Se debe posicionar al país. Organizamos cursos, este año habrá uno para periodistas, avalado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.

Monitoreamos notas y le damos seguimiento a éstas.

Se le da posicionamiento a los sectores exportadores en los medios.

Manejamos AGEXPORT Hoy y AGEXPORT TV.

2. ¿Qué medios internos tienen?

R// boletín de comisión y correo electrónico institucional.

3. ¿Qué medios externos tienen?

R// La revista Data Export, la página oficial de internet: www.export.com.gt, el blog de noticias AGEXPORT Hoy, fan page en Facebook, cuenta en twitter, canal de YouTube y cuenta en instagram.

4. ¿Quién maneja los medios externos?

R// En el área de comunicación solo manejamos el blog de AGEXPORT Hoy, la realización, diseño y edición del reportaje de la semana y colaboración en la redacción y edición de la Revista Data Export.

La página de internet, redes sociales, distribución, patrocinadores y diseño de Data Export está a cargo de Mercadeo.

5. ¿Dentro del área de comunicación manejan campañas publicitarias?

R// No. Ese es un tema de mercadeo.

Los banners que hay en el edificio o los afiches y material publicitario que tiene cada sector exportador, son diseñados y financiados por cada uno, ellos tienen su presupuesto y para eso cada sector también hace eventos, para ser auto sostenible.

6. ¿Cuál fue y cuándo se realizó la última campaña comunicacional?

R// Fueron 2 meses de pauta, octubre y noviembre del 2013. En 13 departamentos. Se realizó en radio, tv, prensa, digitales, revistas.

El mensaje fue “Exportando, Guatemala sale adelante”

7. ¿Cuáles fueron los resultados después de la campaña?

R// Se entrevistaron a 700 personas y AGEXPORT fue nombrado entre los 7 nombres que recordaron haber escuchado en publicidad. Y aunque la gente sigue pensando en los productos tradicionales de exportación, las artesanías, que son un producto nuevo se posicionó en el 2° lugar de recordación.

8. ¿Cómo fue su presencia en medios durante el 2013?

R// Estuvimos en 1,990 notas en cobertura nacional entre radio, prensa y televisión.

10 portadas en medios escritos nacionales y 22 en suplementos económicos. En medios digitales estuvimos en 2,700 notas. Que son 700 más que en el 2012 y se hicieron 100 comunicados de prensa. Y a partir de febrero, el programa Guate Exporta por Radio Nuevo Mundo, de 8:30 a 9:00 am.

9. ¿Qué capacitaciones han realizado?

R// Se realizó el programa de liderazgo empresarial AGEXPORT, también el fortalecimiento en medios digitales a 18 colaboradores y 17 periodistas capacitados en Comercio Exterior.

10. ¿Qué alianzas tienen?

R// Durante el 2013 se logró la alianza con Guatevisión, con spots en el programa “Gente de cambio”, “Visión Rural” y con VEA canal.

También con la Escuela de Ciencias de la Comunicación, colaborando con la 1ª Convención de Comunicadores.

Y también en el suplemento Pulso, de Siglo XXI en la columna de Opinión.

11. ¿Qué cree que falta por hacer en el área de Comunicación de AGEXPORT?

R// Formar alianzas con organizaciones, instituciones, empresas que quieran colaborar con algún canje o monetariamente para realizar una campaña más grande que dé a conocer AGEXPORT.

12. ¿Y los patrocinadores que aparecen en Data Export y en la página de internet?

R// Son patrocinadores o alianzas que se han hecho con otras áreas, algunos con canjes, pero eso también lo maneja mercadeo.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Entrevista
Licenciada Sofía Chacón
Analista de Medios

1. ¿A qué se dedica usted en el área de Comunicación?

R// Manejo del blog AGEXPORT HOY (<http://agexporthoy.export.com.gt/>) se publican por lo menos 3 noticias diarias. Veo el contenido del programa que puede ser de algún socio de AGEXPORT
También se le orienta qué noticia es mejor publicar en las redes sociales.
El lunes se publica el reportaje de la semana, me encargo de la grabación y edición.

2. ¿Alrededor de cuántas visitas hay diarias en AGEXPORT Hoy?

R// aproximadamente 430 visitas diarias.

3. ¿Y al año?

R// Durante el 2013 hubo más de 124,000 visitas.

4. ¿De qué países son la mayoría de visitas a este sitio?

R// La mayoría son de Latinoamérica como Centroamérica, Panamá, Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Venezuela, México y Europa.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Entrevista
Lic. Henry Gómez
Mercadeo / Medios Digitales

1. ¿Cuántas visitas tiene la página de AGEXPORT (export.com.gt) al mes?

R// En promedio 54,000 visitas al mes.

2. ¿Cuántos seguidores tienen en redes sociales?

R// En Facebook hay 16,162 seguidores.

En Twitter tenemos 6,040

En Instagram 274 seguidores.

Y en YouTube donde tenemos videos publicados por nosotros y noticias en las que aparece AGEXPORT hay 160 suscriptores.

3. ¿Cómo manejan las publicaciones en redes?

R// Se hacen 4 publicaciones diarias. 80% de contenido y noticias para los seguidores y 20% de promoción.

4. ¿Cómo trabajan con los patrocinadores que aparecen en la página y en Data Export?

R// Se trabaja por canje, por ser patrocinadores institucionales se les da espacio en recepción, en la revista Data Export y en la página de internet. A cambio nosotros podemos distribuir la revista en sus empresas o colaboran con nosotros, si necesitamos de los servicios que ellos ofrecen.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Entrevista
Lic. Rubén Morales
Gerente Sector Servicios
(Contact Center, laboratorios, IT &BPO, Turismo Sostenible)

1. ¿Cuántas empresas afiliadas hay en este sector?

R// 150 empresas

2. ¿Cuántos eventos y capacitaciones hacen durante el año?

R// 20 eventos de capacitación, no tenemos ferias.

3. ¿Cómo manejan la publicidad de este sector?

R// Cada comisión tiene su presupuesto. El respaldo que da AGEXPORT es institucional, como en la creación de boletines informativos y la relación con los medios.

4. ¿Tienen página de internet y redes sociales?

R// Cada comisión tiene Facebook y página de internet.

5. ¿Cree que por medio de las redes sociales se han asociado más empresas?

R// No. Para atraer socios se hace una visita personal, no ha sido tanto por internet.

6. ¿Qué opina sobre crear alianzas con organizaciones y medios para mantener una campaña publicitaria de AGEXPORT?

R// Sería ideal. Mejor si es generalizada, para dar a conocer AGEXPORT



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Entrevista
Licda. Aída Fernández
Gerente Sector Manufacturas

(Alimentos y bebidas, artesanías, muebles y productos, vestuarios y textiles)

1. ¿Cuántas empresas afiliadas hay en este sector?

R// 450 empresas

2. ¿Cuántos eventos y capacitaciones hacen durante el año?

R// 55 eventos, entre capacitaciones, congresos y ferias.

3. ¿Cómo manejan la publicidad de este sector?

R// El sector o la comisión interesada subcontrata a mercadeo para coordinación del diseño y material publicitario.

4. ¿Tienen página de internet y redes sociales?

R// Si, cada comisión tiene su página de internet y Facebook, aunque no la manejen mucho.

5. ¿Tienen algún presupuesto para comunicación?

R// No hay presupuesto.

6. ¿Cree que por medio de las redes sociales se han asociado más empresas?

R// No han aumentado los socios por las redes sociales pero si han ayudado a aumentar la participación de los socios en eventos.

7. ¿Qué opina sobre crear alianzas con organizaciones y medios para mantener una campaña publicitaria de AGEXPORT?

R// Ayudaría mucho para dar a conocer qué hace AGEXPORT. De hecho la comisión de artesanías es parte de la campaña de comunicación que se trabajo el año pasado.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,014



Entrevista
Rodolfo Rivera
Presidente Agritrade
(Feria Agrícola Internacional)

1. ¿Desde hace cuántos años es socio de AGEXPORT?

R// Hace muchos años, desde su fundación, hace 30 años.

2. ¿Considera que AGEXPORT se ha dado a conocer a través de los medios de comunicación?

R// Si. Ya la gente sabe qué es AGEXPORT

3. ¿En qué cree que se beneficiaría AGEXPORT al hacer más publicidad?

R// En nada. Ya todos saben qué es AGEXPORT. Está posicionada.

4. ¿Recuerda la última campaña publicitaria de AGEXPORT?

R// Si. Fue en octubre del año pasado.

5. ¿Qué opina sobre crear alianzas con organizaciones y medios para mantener una campaña publicitaria de AGEXPORT?

R// Sería mejor una campaña educativa, para enseñar a los estudiantes que exportar trae desarrollo. Creo que es mejor concientizar a la academia.

7. Fotografías

Anexo 1



Parte de la recepción AGEXPORT, fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 2



Dirección y sala de reuniones de AGEXPORT, fuente: Cabrera González, Carmen María

Anexo 3



Cubículo de trabajo en AGEXPORT, fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 4



Logos de AGEXPORT a través de la historia, fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 5



Uno de los mensajes que se usaron en la campaña de AGEXPOR, donde se apoyaba al TLC en 2004. Fuente: Cabrera González, Carmen María, febrero 2014

Anexo 6



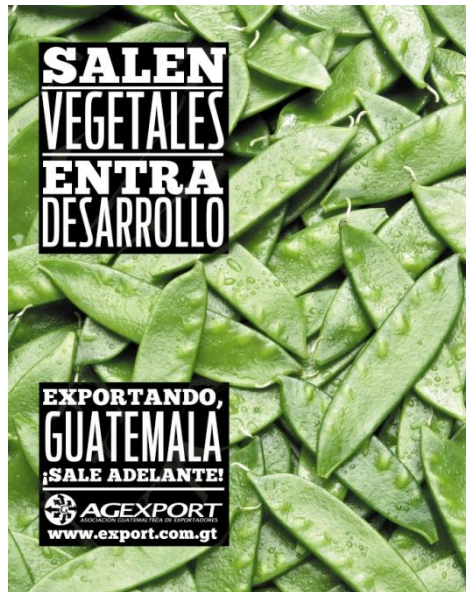
Otro de los mensajes que se usaron en la campaña de AGEXPORT, donde se apoyaba el TLC en 2004, fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 7



Uno de los mensaje utilizados en la campaña institucional en 2013.
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 8



Uno de los mensaje utilizados en la campaña institucional, en 2013.
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Febrero 2014

Anexo 9



Horas de práctica en la AGEXPORT. Fuente: Cabrera González, Carmen María.
Mayo - Julio, 2014.

Anexo 10



Entrega playera, como identificador de la campaña "Exportando, Guatemala ¡sale adelante!" a Licda. Marlene Martínez, Gerente de Comunicación, AGEXPORT.
Fuente: Cabrera González, Carmen María. Julio, 2014.

Anexo 11



Entrega de Manual, del sitio de campaña institucional a Licda. Marlene Martínez, Gerente de Comunicación, AGEXPORT. Fuente: Cabrera González, Carmen María. Julio, 2014.

Anexo 12



Supervisión en horas de práctica. (De izquierda a derecha) Licda. Floralba Pérez Folgar, supervisora de EPS, epesista Carmen Cabrera, Licda. Marlene Martínez, Gerente de Comunicación y Lic. Julio Sebastián, Director Escuela de Ciencias de la Comunicación. Fuente: Cabrera González, Carmen María. Julio 2014.

8. Bibliografía

- Agexport. (enero de 2014). Recuperado el 15 de febrero de 2014, de www.export.com.gt
- AGEXPORT. (2007). *25 años Asociación Guatemalteca de Exportadores* (Edición única ed.). Guatemala, Guatemala.
- Data Export. (2014). *Data Export* , 34.
- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *ine.gob.gt*. Recuperado el 24 de febrero de 2014, de http://www.ine.gob.gt/np/enei/enei2013/enei_1/enei1
- Manager encuesta. (2006). *webtools*. Recuperado el 21 de febrero de 2014, de <https://manager.e-encuesta.com/informes?testId=636856&al=0>
- Melisa Bernal Tamayo . (2011). *Diagnóstico de Comunicaciones*. Caldas, Antioquía: Facultad de Ciencias Sociales y Educación.
- Mercedes Charles. (1991). *El diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio*.
- Mi espacio, desde la investigación. (s.f.). *infosol*. Recuperado el 30 de enero de 2014, de http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.UxC57uN5Pkp
- sofex. (septiembre de 2009). *sofex.org*. Recuperado el 16 de febrero de 2014, de <http://www.sofex.org.gt/Portal/Documents/Magazines/2009-11/2388/dataseptiembre09.pdf>
- AGEXPORT. (octubre de 2012). *AGEXPORT HOY*. Recuperado el mayo de 2014, de <http://agexporthoy.export.com.gt/>