

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

"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, COMPONENTE DE SERVICIOS DE DESARROLLO
EMPRESARIAL, MINISTERIO DE ECONOMÍA, 0 COSTOS CON "ALIANZAS
ESTRATÉGICAS PUBLICO-PUBLICO Y PUBLICO-PRIVADA".".

Abel Oswaldo Orellana

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Noviembre de 2014

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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a blue background, depicting a white horse and a red shield. Above the shield is a golden crown and a cross. The shield is flanked by two golden pillars. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the Latin text "LETTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMIA INTERMENSIS".

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN,
COMPONENTE DE SERVICIOS DE DESARROLLO
EMPRESARIAL, MINISTERIO DE ECONOMÍA,
0 COSTOS CON “ALIANZAS ESTRATÉGICAS PUBLICO-PUBLICO
Y PUBLICO-PRIVADA”.”.**

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Abel Oswaldo Orellana

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Noviembre de 2014

CONSEJO DIRECTIVO

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez-Folgar

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 Abel Oswaldo Orellana, con número de carné: 200114297, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial del Viceministerio de desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de Guatemala, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 05 de mayo al 27 de junio del 2014. Realizando el proyecto de comunicación "Estrategia de Comunicación, Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial, Ministerio de Economía, 0 costos con "Alianzas Estratégicas Publico-Publico y Publico-Privada".". SDE 0 Costos con Alianzas Estratégicas Publico-Publico Público-Privadas".

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,



Juan Carlos Velasquez
Coordinador de los Servicios de Desarrollo Empresarial
Ministerio de Economía





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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

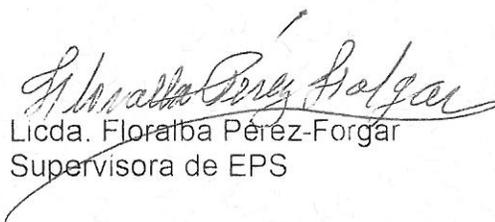
Estudiante
Abel Oswaldo Orellana
Carné: **200114297**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

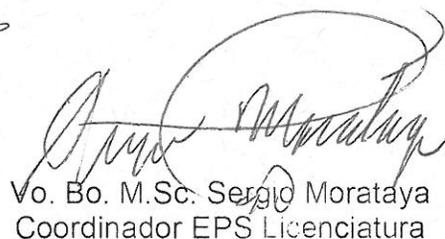
De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategia de Comunicación, Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial, Ministerio de Economía, 0 costos con "Alianzas Estratégicas Publico-Publico y Publico-Privada".**

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-Forgar
Supervisora de EPS


Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



**Para efectos legales, únicamente el autor
es responsable del contenido de este trabajo.**

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo realizado por ellos. El apoyo en mis estudios, la alegría que me dan y la fortaleza necesaria para seguir adelante.

UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL A:

DIOS por ser el que siempre me guía e ilumina en este difícil camino del saber.

A LA VIRGEN MARIA por estar siempre cubriéndome con su manto divino.

A MI MADRE ELSA ORELLANA quien partió a los brazos del señor este 2014, año en el que finalmente culmine mis estudios universitarios, y aunque hoy no está físicamente conmigo si está en mi corazón y en mi mente siempre, **“MAMITA USTED SABE QUE LA AMO LA VENERO Y NO HAGO OTRA COSA MÁS QUE PENSAR EN EL DÍA QUE ESTAREMOS NUEVAMENTE JUNTOS”** es una promesa de nuestro Dios y estoy seguro que ese día pronto llegará.

A MI ESPOSA YESSERIA MALDONADO, quien desde hace 20 años se ha convertido en el pilar principal de lo que he logrado en mi vida, Gracias Yess por el apoyo y sobre todo la comprensión en aquellos momentos difíciles.

A MI HIJO CRISTOPHER ORELLANA, por ser una de las razones de mi vida, por enseñarme que en la vida existe el amor y por haberme dado el placer de ser padre. Cris sos mi inspiración para luchar cada día más.

A MI HIJA KATERINE ORELLANA, por enseñarme la sencillez, la perseverancia la humildad y sobre todo el calor humano de una hija a un padre, Katy sos mi orgullo gracias por permitirme estar con tigo en todo momento hasta el final de mis días.

A MI HIJO WESLEY ORELLANA, por ser el ángel que eres, por darme la alegría diaria que necesita mi corazón para poder vivir el día a día, Wes sos mi felicidad y el pan de felicidad que necesita mi alma diariamente.

A TODA MI FAMILIA, AMIGOS Y COMPAÑEROS DE TRABAJO, quienes con sus sabios consejos han sido parte de este logro, a todos ustedes les digo Gracias de corazón gracias, no me atrevo a mencionar un nombre en especial porque todos absolutamente todos jugaron un papel muy importante en este día tan especial para mi persona.

RESUMEN

El presente documento describe una Estrategia de Comunicación que se realizará en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial – SDE – del Viceministerio para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de Guatemala. El objetivo principal es mejorar tanto la comunicación interna como externa.

La Estrategia de Comunicación, contempla la creación de tres canales de comunicación; auditivo, audiovisual y escrito, además de mejorar la promoción del componente en las redes sociales Facebook y Twitter, estos canales serán utilizados tanto para promocionar los servicios que brinda SDE, así como para capacitar masivamente a las Mipymes de Guatemala.

Por carecer de presupuesto, para llevar a cabo la presente Estrategia de Comunicación fue necesario realizar alianzas público-público y público-privada.

El canal auditivo se realizó por una alianza establecida con La Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional, quien proporcionó un espacio en Radio TGW donde se transmite desde el 5 de mayo de 2014 el Programa “Fortalezcamos a Nuestras Mipymes” los días lunes de tres a cuatro de la tarde.

El canal audiovisual se realizó por medio de una alianza establecida con La Secretaria Ejecutiva de la Presidencia con quien se desarrolló un video para promocionar la labor de SDE.

El canal escrito consta de un periódico digital llamado “El Informativo SDE”, se espera que para el 2015 se pueda contar con recursos para que este periódico sea impreso.

Las políticas del Ministerio no permiten redes sociales adicionales de las oficiales, sin embargo se logro la administración en conjunto de las redes sociales del Viceministerio de la Mipyme.

La Estrategia de comunicación se ha puesto en marcha en 2014, se hará una propuesta formal para que se institucionalice y con ello SDE, mejore su comunicación y tenga canales de información y más medios para capacitar.

INDICE

| I UNIDAD DIAGNÓSTICO | | Págs. |
|-----------------------------|---|--------------|
| 1 | Objetivos del Diagnóstico | 1 |
| 1.1 | Objetivo General | |
| 1.2 | Objetivos Específicos | |
| 2 | La Institución | 2 |
| | Misión y Visión | |
| 2.1.3.1 | Historia | 3 |
| | Sedes Regionales | 5 |
| 2.1.3.5 | Organigrama | 6 |
| 3 | Foda | 7 |
| 4 | Metodología | 11 |
| 4.2.3 | Herramientas | 13 |
| 4.2.3.2 | Árbol de Problemas | 15 |
| 4.3 | Instrumentos | 16 |
| 4.4 | Cronograma | 17 |
| 5 | Recopilación de Datos | 18 |
| 5.3 | Resultados de la Entrevista | 19 |
| 5.4 | Tablas Comparativas | 20 |
| 5.4 | Gráficas, Cuadros e Interpretaciones del Resultado de las Encuestas | 21 |
| 6 | Radiografía Comunicacional | 26 |
| 6.2 | Descripción de la Comunicación Externa | 27 |
| 6.2.1.2 | El POA del Año | 29 |
| 6.2.2 | Campañas Realizadas | 30 |
| 6.2.4.3 | Material Audiovisual | 31 |
| 7.2 | Vaciado de las encuestas | 32 |
| II UNIDAD PLAN | | |
| 2.1 | Antecedentes del Plan | 35 |
| 2.2 | Infografía | 36 |
| 2.3 | Objetivos del Plan | 37 |
| 2.3.1.1 | Objetivos Generales | |
| 2.3.2 | Objetivos Específicos | |
| 2.4 | Público Objetivo | 38 |
| 2.5 | Mensaje | 39 |
| 2.6 | Estrategia | 40 |
| 2.6.2 | Medio de Comunicación Escrito | 41 |
| 2.6.2.1 | Logo y Slogan | 42 |
| 2.6.2.5 | El Calendario | 43 |

| | | |
|-------|------------------------------------|----|
| 2.6.4 | Redes Sociales | 44 |
| 2.7 | Planes de Comunicación | 45 |
| 2.7.2 | Plan de Comunicación Audiovisual | 46 |
| 2.7.3 | Plan de Comunicación Medio Escrito | 47 |
| | Calendario | 48 |
| 2.9 | Presupuesto | 54 |
| 2.10 | Control y Seguimiento | 57 |

III INFORME DESCRIPTIVO

| | |
|--|----|
| Informe Descriptivo Estrategia de Comunicación Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial Ministerio de Economía | 60 |
| Programa de Radio Fortalezcamos a Nuestras Mipymes | 61 |
| Periódico El Informativo SDE | 65 |
| Videos Promocionales Proyecto Mujer | 67 |
| Conclusiones | 71 |
| Recomendaciones | 72 |
| E-grafía | 73 |
| Bibliografía | 74 |

ANEXOS

| | |
|----------------------------------|----|
| Modelo de la Encuesta | 75 |
| Transcripción de las Entrevistas | 77 |
| Carta de Entendimiento | 78 |

DIAGNOSTICO

- ❖ OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO:
- ❖ OBJETIVOS GENERALES Y OBJETIVOS ESPECIFICOS
- ❖ LA INSTITUCIÓN:
- ❖ INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
- ❖ MAPA SEDES REGIONALES
- ❖ ORGANIGRAMA FODA
- ❖ FORTALEZAS
- ❖ DEBILIDADES
- ❖ METODOLOGIA
- ❖ TABLA ANÁLISIS FODA COMUNICACIONAL
- ❖ ÁRBOL DE PROBLEMAS
- ❖ CRONOGRAMA
- ❖ RECOPIACIÓN DE DATOS
- ❖ TABLAS COMPARATIVAS PUNTOS DE ENCUENTROS GRÁFICAS, CUADROS
E INTERPRETACIONES DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS
- ❖ RADIOGRAFÍA COMUNICACIONAL DE LA INSTITUCIÓN
- ❖ DESCRIPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA
- ❖ DESCRIPCIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA
- ❖ EL POA DEL AÑO
- ❖ PRESUPUESTO 2014
- ❖ CAMPAÑAS REALIZADAS
- ❖ MATRIZ O VACIADO DE ENCUESTA

1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1 Objetivo General

Conocer la situación comunicacional del Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial – SDE- del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, del Ministerio de Economía.

1.2 Objetivos Específicos

1.2.1 Determinar las necesidades comunicacionales del Componente SDE

1.2.2 Conocer la percepción de los empleados y autoridades del Componente SDE sobre la necesidad de informar y ser informados.

1.2.3 Valuar los mecanismos y las herramientas precisas para mejorar la comunicación interna y externa del Componente SDE.

2. LA INSTITUCIÓN

2.1 Información Institucional

2.1.1 Ministerio de Economía

El Ministerio de Economía es el encargado de formular y ejecutar las políticas de protección al consumidor, de fomento a la competencia y de represión legal de la competencia desleal, formular y ejecutar la política de inversión nacional y extranjera, de promoción de la competitividad, del desarrollo industrial y comercial, y proponer las directrices para su ejecución, conducir, por delegación del Presidente de la República, las negociaciones de los convenios y tratados de comercio internacional bilateral y multilateral, y una vez aprobados y ratificados, encargarse de su ejecución, proponer al Organismo Ejecutivo, en coordinación con los otros Ministerios y Organismos del Estado, las especificaciones y normas técnicas y de calidad de la producción nacional.

Ejes de Trabajo

- Inversión y Competencia
- Integración y Comercio Exterior
- Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Misión

El Ministerio de Economía es la institución responsable de hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias del comercio interno y externo, a través de acceso a mercados internacionales, elevando los índices de competitividad y el aumento de las importaciones y exportaciones.

Visión

Ser la institución que promueva una economía de libre mercado, que impulse el desarrollo económico sostenible en el país a largo plazo, posicionando a Guatemala como mejor destino para las inversiones nacionales y extranjeras, apoyando la competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, facilitando el acceso de la producción al mercado internacional y la protección al consumidor.

2.1.2 Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Es el ente coordinador para el desarrollo competitivo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad de las Mipymes de manera gradual y formal, favoreciendo la generación de empleo y reducción de la pobreza.

Es el encargado de facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y servicios de desarrollo empresarial para aumentar la productividad y la competitividad del sector Mipyme.

2.1.3 Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial del Viceministerio de la Mipyme –SDE-.

Es la Unidad que dentro del Viceministerio de la Mipyme, permite facilitar los medios para que la MIPYME alcance la competitividad. Con estos servicios, el Viceministerio contribuye al desarrollo económico local, a través de la conformación de organizaciones de base, mejora la calidad e innovación y fomenta la capacidad competitiva del sector.

2.1.3.1 Historia

El Apoyo del Estado de Guatemala al Sector de la MIPYME inicia en 1987 cuando se crea el Consejo Nacional y el Programa Nacional para el Desarrollo de la Microempresa y Pequeña Empresa.

Este apoyo se fortalece en el año 2000 cuando se crea el Vice ministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa como el encargado de facilitar el desarrollo competitivo del sector de la MIPYME.

2.1.3.2 Objetivos

El Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial tiene como objetivo principal, capacitar y promover el Desarrollo de los Micro, Pequeños y Medianos Empresarios de todo el país, por medio de capacitaciones y alianzas con cooperantes internacionales.

Contribuir al desarrollo económico local, a través de la conformación de organizaciones de base, mejorar la calidad e innovación y fomentar la capacidad competitiva del sector Mipyme.

2.1.3.3 Unidades que conforman el SDE

- Promoción y Vinculación
- Capacitación en Proceso de Sensibilización
- Asociatividad
- Capacitación en Asistencia Técnica
- Tecnología de la Información y Comunicación
- Comercialización

2.1.3.4 Ubicación Geográfica

Las oficinas de la sede central del componente del SDE, se encuentran en el edificio del Ministerio de Economía 8 avenida 10-43 zona 1 tercer nivel. Cuenta con 11 sedes regionales ubicadas estratégicamente para obtener cobertura a nivel nacional, están ubicadas en los departamentos de:

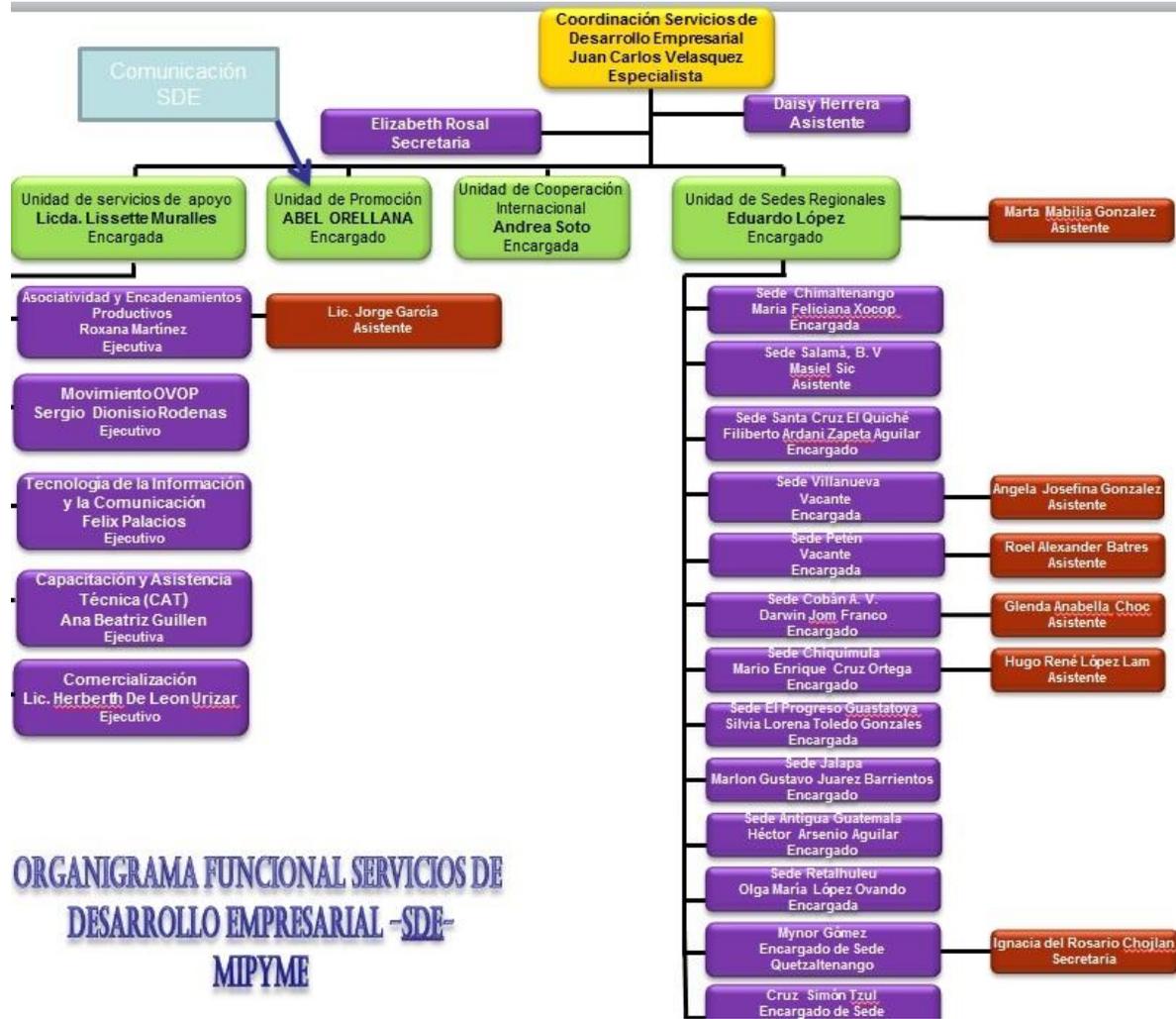
Sedes Regionales

Sede regional

- Villa Nueva
- Sacatepéquez
- Quetzaltenango
- Totonicapán
- Chiquimula
- Peten
- Cobán
- Salamá
- Retalhuleu
- Jalapa
- El Progreso
- Chimaltenango



2.1.3.5 Organigrama



3. FODA

3.1 Fortalezas

| FORTALEZAS | MEJORABLE | | FACTOR CLAVE | ACCIONES A DESARROLLAR | RESPONSABLE | TIEMPO | RECURSOS | | |
|---|-----------|----|--|--|---------------------|------------|----------|---------|-------------|
| | SI | NO | | | | | HUMANOS | FISICOS | FINANCIEROS |
| Experiencia de 26 años en apoyo al sector MIPYME de Guatemala, con servicios financieros y de desarrollo empresarial. | X | | Continuidad del Programa | | Dirección Ejecutiva | Indefinido | X | X | X |
| Base legal y reglamentos internos que respaldan y guían los procedimientos para el otorgamiento de los servicios al sector MIPYME (Escrituras de constitución de fideicomisos, Acuerdos Gubernativos de creación del Consejo Nacional para el Desarrollo de la MIPYME, Reglamentos, Resoluciones, Manuales de Normas y Procedimientos, etc.,) | X | | Actualización de documentos y políticas. | Revisión y actualización. | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| El Consejo Nacional, cuenta con autoridad propia como órgano superior de carácter público privado, que dicta las políticas y normas para operativizar los servicios al sector MIPYME. | X | | Conservar su independencia. | Promover y divulgar que se mantenga la estructura. | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | | X |

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|---------------------|------------|---|---|---|
| Personal especializado en servicios financieros y de desarrollo empresarial. | X | | Capacitación | Plan integral de capacitación y formación continua del personal. | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| Disponibilidad de recursos financieros, a través del fideicomiso Fondo de Desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa, administrado por el Banco de los Trabajadores. | X | | Mantener los recursos orientados al sector de la MIPYME | Solicitar al Gobierno fondos para su incrementación | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| Cobertura geográfica a nivel nacional, a través de sedes regionales que facilitan información y gestión para el acceso a los servicios. | X | | Mantener o incrementar el número de sedes regionales | Contratación del personal faltante en las sedes Regionales | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| Se cuenta con manuales de capacitación y portales de apoyo al Sector MIPYME. | X | | Herramientas de apoyo al sector MIPYME | Actualización de los documentos | Dirección Ejecutiva | Continuo | X | X | X |
| Reglamento de Operaciones Financiera, para otorgar préstamos a la MIPYME. | X | | Actualmente se cuenta con un reglamento de asistencia financiera | Divulgar e implementar el nuevo reglamento de asistencia financiera | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|--------------------------------|------------|---|---|---|
| Entidades de servicios financieros que ejecutan proyectos de asistencia financiera aprobados por el Programa Nacional, orientados al sector de la MIPYME. | X | | Con capacitación continua | Ampliar cobertura de atención | Juntas Directivas de las ESF's | Permanente | X | X | X |
| Alianzas estratégicas con entidades nacionales e internacionales que apoyan al sector MIPYME. | X | | Mejorar la situación y participación del sector de la MIPYME, mediante la asistencia técnica financiera | Identificar y aprobar entidades con experiencia en dar asistencia técnica financiera establecer alianzas con Instituciones específicas en el tema de microfinanzas | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| Servicios de Desarrollo Empresarial e información para acceder al crédito, desconcentrados | X | | Contar con sedes regionales en el interior de la república | Fortalecimiento de las sedes | Dirección ejecutiva | Continuo | X | X | X |
| Apoyo estatal o gubernamental | X | | Presupuesto para realizar la gestión operativa del Programa Nacional | Solicitar los recursos para realizar la gestión operativa | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |
| Otros proyectos y Programas de apoyo al sector de la MIPYME | X | | Realizar alianzas para realizar los proyectos para la atención de los | Coordinar acciones con personal clave | Dirección Ejecutiva | Continuo | X | X | X |

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---------------------|----------|---|---|---|
| | | | servicios financieros y de desarrollo empresarial | | | | | | |
| Uso transparente de los fondos destinados a la atención del sector, conforme a los objetivos y fines del Programa Nacional. | X | | Se cuenta con reglamentos y políticas emitidas por el Consejo Nacional. | Incentivar los valores del personal del Programa Nacional | Dirección Ejecutiva | Continuo | X | X | X |
| Se cuenta con el Registro de Garantías Mobiliarias | X | | Otorgar al sector de la MIPYME, una opción para acceder al crédito | | | Continuo | X | X | X |

3.2 Debilidades

| DEBILIDADES | MODIFICABLE | | CAUSAS | ACCIONES A DESARROLLAR | RESPONSABLE | TIEMPO | RECURSOS | | |
|---|-------------|----|--|--|---------------------|------------|----------|---------|-------------|
| | SI | NO | | | | | HUMANOS | FISICOS | FINANCIEROS |
| Red con un número limitado de Entidades de Servicios Financieros, para brindar los servicios al sector MIPYME, en forma ágil y eficiente. | X | | Condiciones mediante las cuales se otorgan los préstamos a dinamizadores de la economía. | 1) Divulgar el Reglamento de Operaciones Financieras 2) Dar apoyo de fortalecimiento administrativo a dinamizadores de la economía para calificar en el Programa Nacional. | Dirección Ejecutiva | Permanente | X | X | X |

4.METODOLOGÍA

4.1 Descripción de la metodología

La metodología hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Alternativamente puede definirse la metodología como el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo.

No debe llamarse metodología a cualquier procedimiento, ya que es un concepto que en la gran mayoría de los casos resulta demasiado amplio, siendo preferible usar el vocablo método.

La metodología es una de las etapas específicas de un trabajo o proyecto que parte de una posición teórica y conlleva a una selección de técnicas concretas (o métodos) acerca del procedimiento para realizar las tareas vinculadas con la investigación, el trabajo o el proyecto.

Al describir una metodología adecuada, la postura filosófica se orienta según términos como los siguientes:

- **Racionalismo**, en oposición al empirismo, acentúa la función de la razón en la investigación
- **Pragmática**, que es la manera en que los elementos del proyecto influyen en el significado.
- **Constructivismo** o constructivismo epistemológico, en el que el conocimiento se desarrolla a partir de presunciones (hipótesis de partida) del investigador.
- **Criticismo**, también de orden epistemológico, que pone límites al conocimiento mediante el estudio cuidadoso de posibilidades.

- **Escepticismo**, duda o incredulidad acerca de la verdad o de la eficacia de lo generalmente admitido como válido.
- **Positivismo**, derivado de la epistemología, afirma que el único conocimiento auténtico es el saber científico.
- **Hermenéutica**, que interpreta el conocimiento.

Tipo de Método Empleado Método Científico

Para realizar el diagnóstico comunicacional en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial – SDE- del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, del Ministerio de Economía. Se utilizó un método científico, ya que fue necesario hacer una medición por medio de los siguientes instrumentos y herramientas:

- Tabla Foda Comunicacional
- Árbol de Problemas
- Entrevistas
- Encuestas

4.1.1 Descripción 1

Un método científico se describe de la siguiente manera, "es un método de investigación usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias. Para ser llamado científico, un método de investigación debe basarse en la empírica y en la medición, sujeto a los principios específicos de las pruebas de razonamiento".

4.1.2 Descripción 2

El Oxford English Dictionary, dice que el método científico es: "un método o procedimiento que ha caracterizado a la ciencia natural desde el siglo XVII, que consiste en la observación sistemática, medición y experimentación, y la formulación, análisis y modificación de las hipótesis."

4.2.3 Herramientas

4.2.3.1 Foda Comunicacional

Factores Influyentes

Para poder realizar la siguiente descripción se realizaron dos entrevistas una al Director de SDE Juan Carlos Velázquez Velázquez y al Coordinador de las sedes regionales Eduardo López, se realizó también una encuesta a 10 empleados de SDE.

Tabla Análisis Foda Comunicacional

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Los empleados manejan su propia agenda lo que les permite actuar donde más se les requiere.• Los trabajadores de SDE están conscientes que se trabaja con el objetivo de ayudar en el desarrollo de Guatemala.• Hay comprensión por parte de los empleados respecto a los compromisos y obligaciones que tienen todos y cada uno de ellos, entre estas informar y ser informado.• El personal está dispuesto a cooperar en la retroalimentación de los medios de comunicación que se implementen. | <ul style="list-style-type: none">• No existe ninguna herramienta de comunicación externa en SDE.• El personal no es suficiente para brindar capacitación personalizada.• El personal no cuenta con las herramientas necesarias para realizar su trabajo.• Las instalaciones del SDE no son adecuadas, carecen de espacios físicos para realizar las labores. |

| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Los empleados del SDE son capacitados constantemente. • La mayoría de las sedes regionales cuenta con el apoyo de las autoridades locales. • Varios proyectos son llevados a cabo en conjunto con cámaras empresariales del sector privado. • La cooperación internacional capacita y ayuda a llevar a cabo proyectos en conjunto con SDE. | <ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto otorgando al SDE no es suficiente para atender a quienes requieren apoyo. • Las unidades del SDE son multifuncionales y deben cubrir áreas diferentes por falta de personal. • La falta de recursos interfiere en la cobertura y eso crea mala opinión del personal. |

4.2.3.2 Árbol de Problemas

Determinación de Prioridades

Las entrevistas y las encuestas hechas a la Dirección y empleados del SDE determinaron la falta un canal de comunicación en el componente para poder informar y ser informado. La información recabada sirvió también para conocer el porqué no hay un canal establecido para que la información fluya, como lo es falta de presupuesto, el presupuesto que se otorga en este rubro no es utilizado adecuadamente y se tiene el temor que si la información del servicio es masivo por falta de personal, no se pueda atender a los que lo requieran.



4.3 Instrumentos

4.3.1 Encuesta

4.3.1.1 Definición: Una encuesta es un estudio observacional en el que el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>.

La encuesta que se transmitió entre los empleados del SDE brindo importante información, ya que por medio de ella nos enteramos de las necesidades que se tiene para mejorar la comunicación interna y externa del SDE. La encuesta presentaba el siguiente encabezado y unas de las preguntas más importantes eran las siguientes.

4.3.2 Entrevista cognoscitiva

4.3.2.2 definición: La entrevista cognoscitiva consta de cuatro técnicas generales de incremento de la memoria, más varios métodos específicos para aumentar el recuerdo del testigo de los sucesos. Estas técnicas de asistencia a la memoria se pueden incorporar fácilmente a la entrevista policial o estándar.

En la entrevista estándar, primero se pide a la víctima o testigo que de un informe narrado de lo que pasó. El informe narrado se sigue de preguntas específicas que sirven para aumentar la compleción del informe.

4.4 Cronograma

| DESCRIPCION | ACTORES DE LA ACTIVIDAD | OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD | ENERO | | FEBRERO | | | | | | | | | | Marzo | |
|--|--|---|-------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|----|
| | | | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | Día | |
| Reunión con el Director del Componte de Servicio o de desarrollo Empresarial SDE | Abel Orellana, E pesista Juan Carlos Velázquez, Director | Solicitar apoyo y permiso para realizar el diagnostico | 28 | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajo de peritaje y recopilación de información | Abel Orellana E pesista | Recabar información de la situación actual de la comunicación en SDE | | 30 | | | | | | | | | | | | |
| Solicitud de información general del Ministerio de Economía y de SDE | Daysi Fuentes Asistente SDE | Contar con el material informativo necesario para iniciar el borrador | | | 3 | | | | | | | | | | | |
| Recepción de | Abel Orellana E pesista | Inicio de la elaboración del borrador | | | | 6 | | | | | | | | | | |
| Entrega de borrador a la coordinación del EPS | Abel Orellana E pesista M,Sc Sergio Moratalla Coordinación EPS | Orientarme en el trabajo y despejar dudas de la elaboración del trabajo | | | | | 10 | | | | | | | | | |
| Entrevista con la Dirección de SDE | Abel Orellana, E pesista Juan Carlos Velázquez, Director | Conocer la situación comunicacional del SDE desde el punto de vista gerencial | | | | | | 12 | | | | | | | | |
| Entrevista con la Coordinación Departamental | Abel Orellana, E pesista Eduardo López Coordinador | Conocer la situación comunicacional del SDE desde el punto de los regionales | | | | | | | 13 | | | | | | | |
| Entrega y recepción de la encuesta al personal del SDE | Abel Orellana E pesista Personal del SDE | Conocer la situación comunicacional del SDE desde el punto de los empleados | | | | | | | | 14 | | | | | | |
| Consulta vía Facebook | Abel Orellana E pesista Lic. Luis Pedroza | Consulta sobre los objetivos | | | | | | | | | | 17 | | | | |
| Entrega de borrador a la coordinación del EPS | Abel Orellana E pesista M,Sc Sergio Moratalla Coordinación EPS | Orientarme en el trabajo y despejar dudas de la elaboración del trabajo | | | | | | | | | | | | 20 | | |
| Entrega para revisión proyecto final | Abel Orellana E pesista Licenciada Yohana Rodríguez | Contar con el aporte cognoscitivo de una profesional en la comunicación. | | | | | | | | | | | | | 24 | |
| Entrega para revisión proyecto final | Abel Orellana E pesista Licenciada Mirna Celedon | Contar con el aporte cognoscitivo de una profesional en la comunicación. | | | | | | | | | | | | | | 26 |
| Entrega trabajo final | Abel Orellana E pesista M,Sc Sergio Moratalla Coordinación EPS | Entrega trabajo final para su calificación | | | | | | | | | | | | | | 03 |

5. RECOPIACIÓN DE DATOS

5.1 Análisis de Resultados

5.1.1 Análisis y Pronóstico de la Situación

Se estableció por medio de la encuesta que el personal de SDE necesita una herramienta que les permita informar y ser informados, consideran que la comunicación es indispensable para el buen desempeño de sus labores.

Adicionalmente a la carencia de una herramienta, se suma la dificultad que se tiene por no contar con los recursos económicos, de infraestructura y humano para realizar sus tareas diarias.

5.1.2 Factores

5.1.1.1 Factores directos

Falta de recurso humano, en la actualidad no hay una persona encargada de la comunicación.

5.1.1.2 Factores indirectos

Falta de personal: la falta de una persona encargada de la comunicación provoca que los recursos económicos designados para este rubro no sean bien orientados.

Falta de herramienta: La falta de un canal de información provoca que la información no fluya por lo que tanto el personal como beneficiados y cooperantes no sepan lo que se hace dentro de SDE.

5.3 Resultado de la entrevista

Los resultados de las entrevistas y la encuesta, realizadas a la dirigencia y los empleados en general, dan cuenta que la comunicación interna y externa dentro del componente de Servicio de Desarrollo Empresarial –SDE- del Viceministerio de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, ha sido deficiente, dado que carecen de una estrategia de comunicación así como de herramientas y canales para informarse y ser informados.

De acuerdo con el Director del SDE, Juan Carlos Velásquez, por carecer de una estrategia de comunicación se han utilizado los pocos recursos con los que cuenta el componente en la impresión de trifoliales, y en la impresión de mantas vinílicas, lo cual no ha sido medible sobre el impacto comunicacional que tiene.

La dirección de SDE ve como prioridad mejorar la comunicación dentro del componente, es por ello que dentro del plan de trabajo de este 2014 está la contratación de un comunicólogo que realice los trabajos necesarios para mejorar la comunicación tanto interna como externa.

La entrevista realizada a Eduardo López Coordinador de las Regionales del SDE, reveló que los trabajadores cuentan con el apoyo de autoridades locales y ayuda internacional que podría utilizarse para mejorar la comunicación.

5.4 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

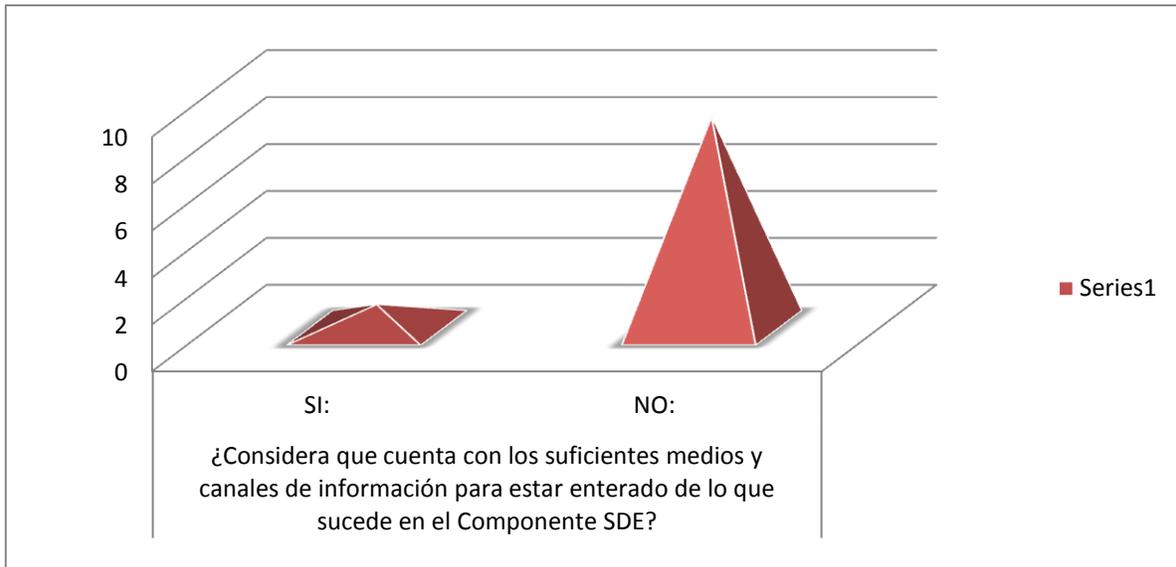
| Aspectos consultados | Juan Carlos Velásquez Director de SDE | Eduardo López coordinador de las regionales de SDE |
|---|--|--|
| Situación actual de la comunicación interna en SDE | La comunicación interna actualmente es únicamente por medio del internet no existe un canal uniforme de comunicación. | Actualmente la comunicación interna se hace por medio de correos y reuniones programadas. |
| Presupuestos y recursos con los que cuenta SDE para la comunicación | No hay una persona que nos oriente a utilizar correctamente los pocos recursos con los que contamos. | No contamos con recursos, las regionales acuden a los medios locales y brindar información en las actividades públicas. |
| Necesidades que existen en el ámbito comunicacional en SDE | Es necesario que sepan los cooperantes y la población en general de los servicios que prestamos en SDE. | Es importante que las regionales sepan que hacen entre ellos para poder replicar lo hecho en otras regiones. |
| Medio de comunicación idóneo para utilizar en SDE | La radio es la más eficiente porque tiene más penetración y es fácil acceder a ella. | En comunicación interna un boletín electrónico y en externa la radio porque no tiene costo. |
| Las redes sociales como método de información | Es importante contar con redes sociales sin embargo las políticas de comunicación no permite que hayan redes sociales adicionales a la oficial del Ministerio de Economía. | La mayoría de regionales no utilizan las redes sociales porque no en todos lugares hay suficiente banda ancha de internet. |

Las entrevistas realizadas a las dos máximas autoridades del SDE, dieron como consecuencia la necesidad de contar con un canal para informar y ser informados en el Componente de SDE, la intención siempre ha estado, sin embargo no ha sido posible por no contar con personal ni con recursos suficientes.

Como dato relevante el director de SDE Juan Carlos Velásquez estima que de llegarse a dar una estrategia debe ser bien estructurada para no crear falsas expectativas, ya que si bien es cierto el personal es muy capaz, en algún momento la demanda pudiera ser tanta y no podrían atenderlos a todos y esto podría crear una reacción bumerang, es decir debemos dar a conocer lo que hacemos pero sin exceder en nuestra promoción.

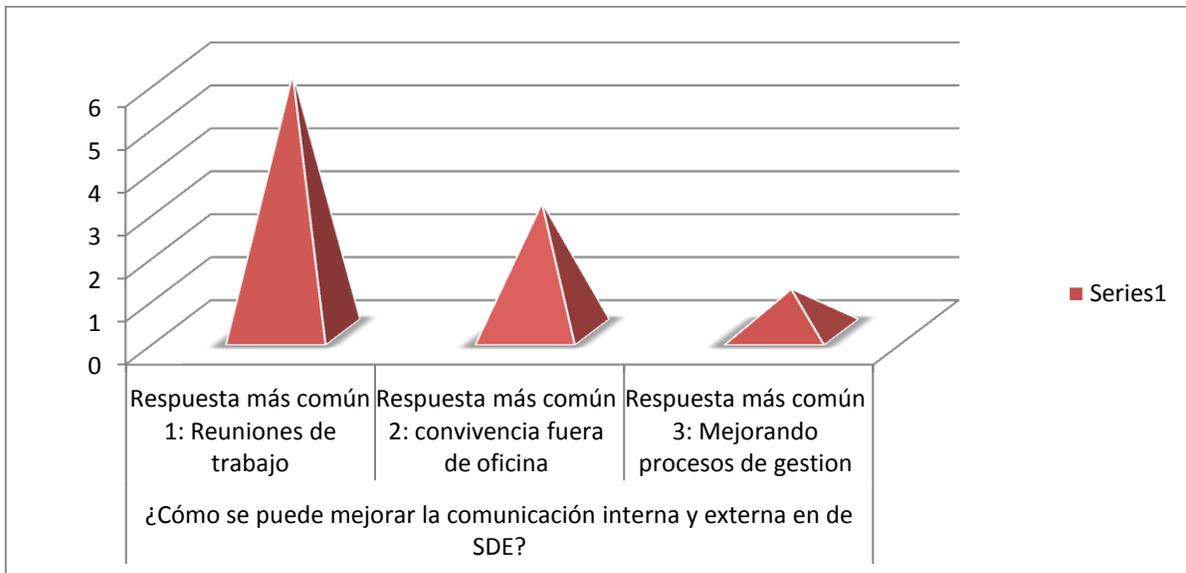
5.4 Gráficas, Cuadros e Interpretaciones del Resultado de las Encuestas

5.4.1 Los empleados del SDE, al consultarles en torno a la los canales de comunicación con los que actualmente cuentan la mayoría coincidió en que no hay un canal que con el cual se puedan informar y ser informados.



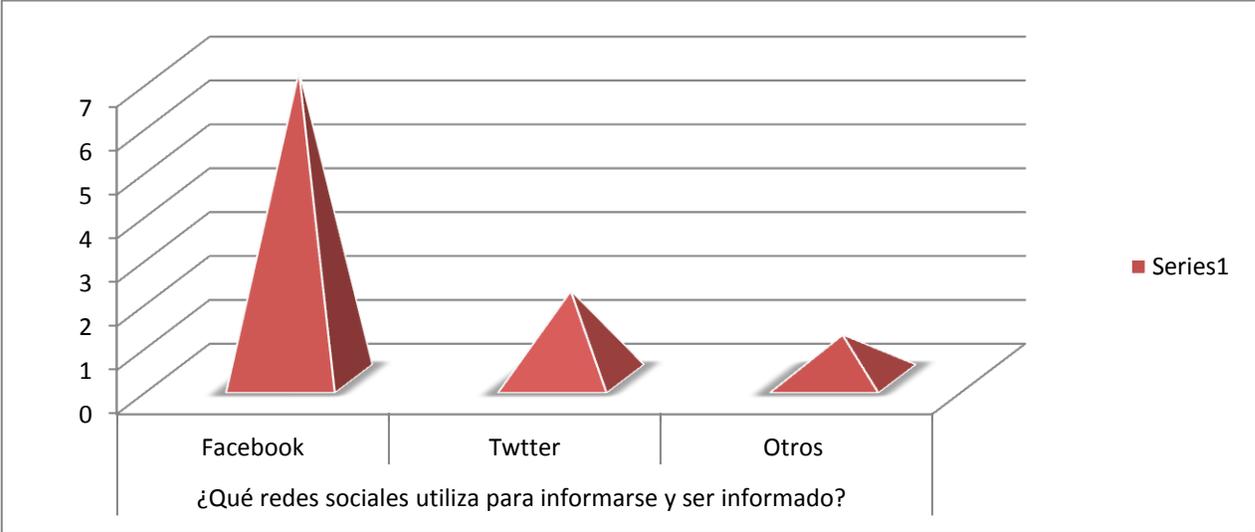
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.2 Ante la pregunta de cómo sugieren que se pueda mejorar la comunicación más de la mitad considera que con reuniones presenciales, es curioso que nadie considero la posibilidad de crear un canal definido.



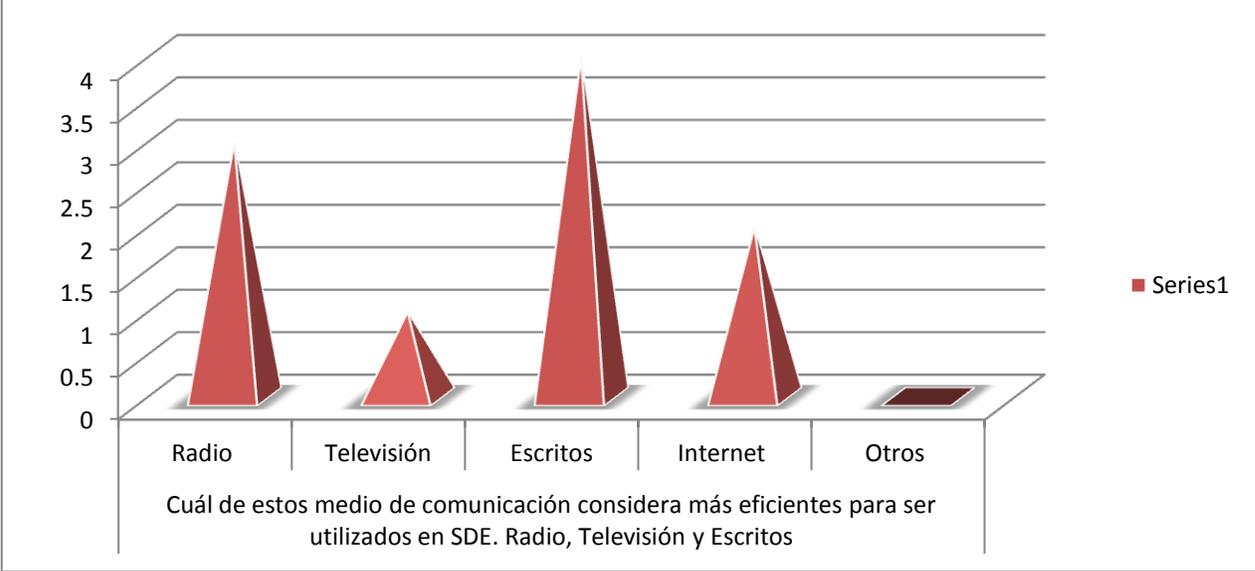
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.3 La red social que más utilizan es Facebook a pesar que las autoridades del Viceministerio tienen bloqueado la utilización del Facebook sin embargo la mayoría tiene esta red social en su teléfono celular.



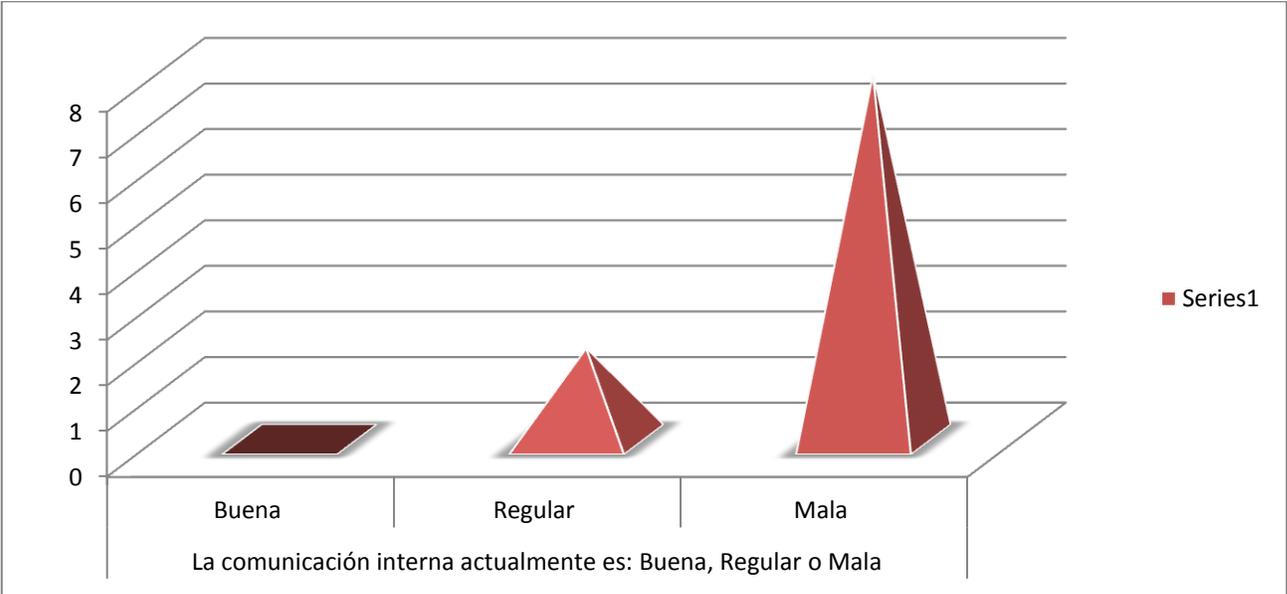
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.4 La televisión y la radio son los dos medios que consideran los empleados de SDE que serían más eficientes para mantener un canal de comunicación.



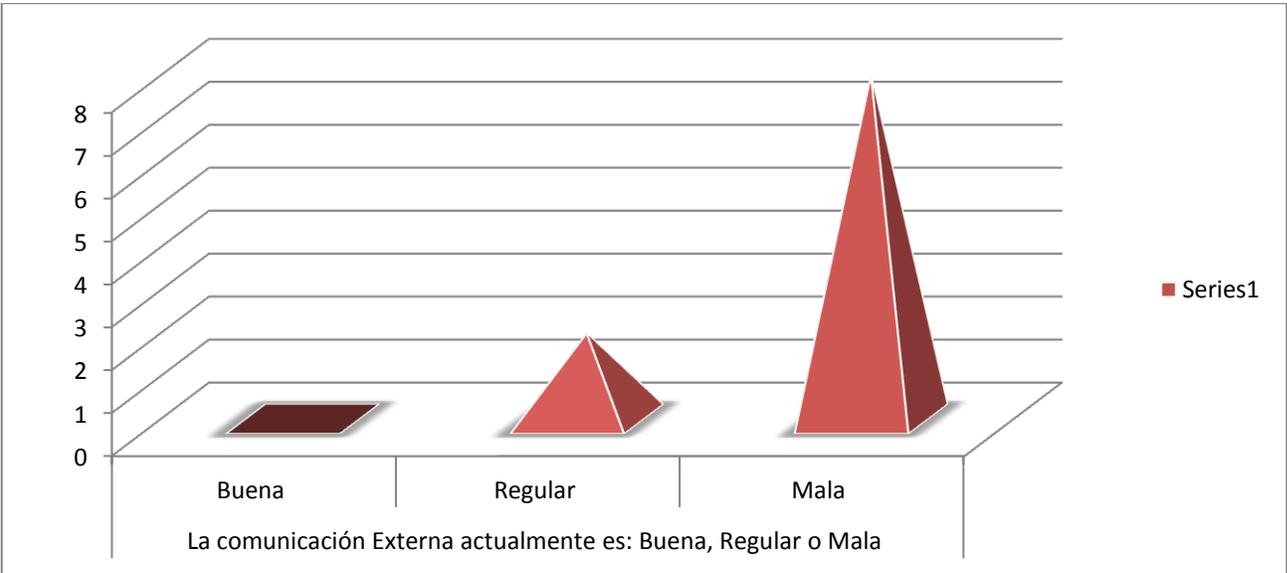
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.5 Casi el 100% de empleados del SDE consideran que la comunicación interna es mala.



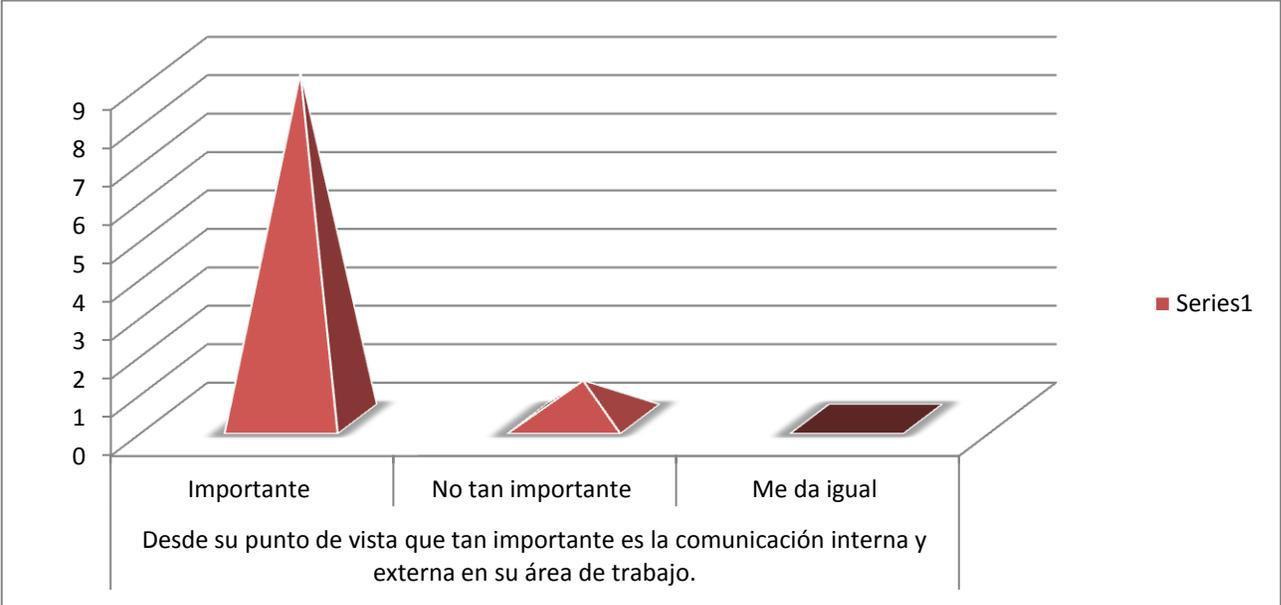
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.6 La comunicación externa no es la excepción, ya que la mayoría considera que es mala.



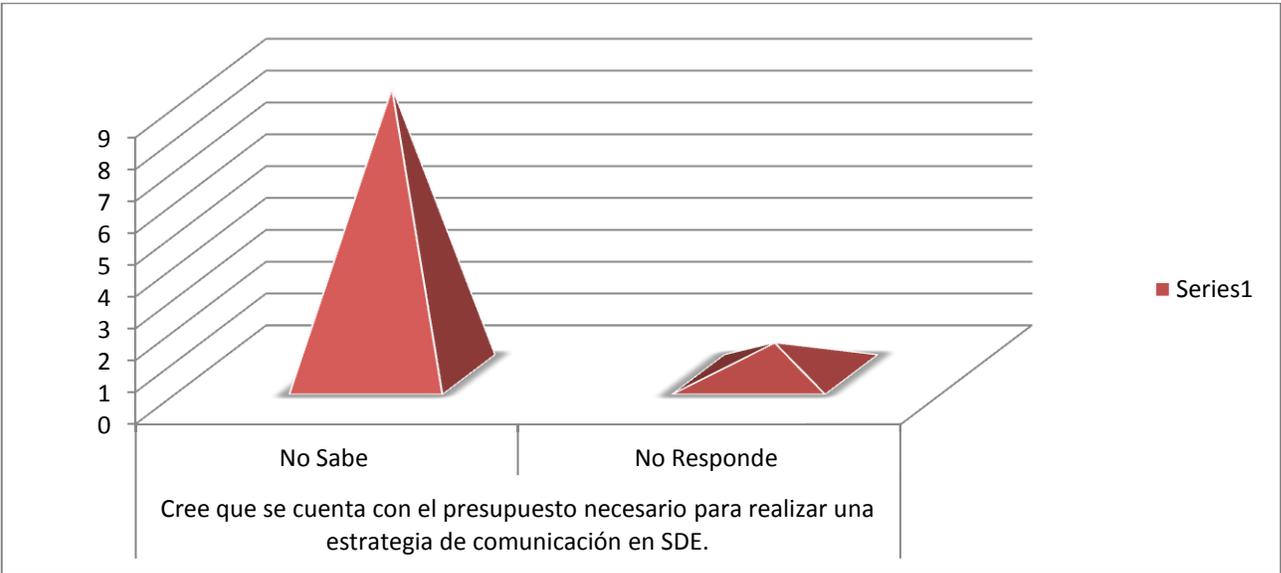
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.7 Todos los empleados del componente de SDE estiman que debe existir una comunicación amplia y clara, pues consideran que es fundamental para un buen desempeño de sus actividades.



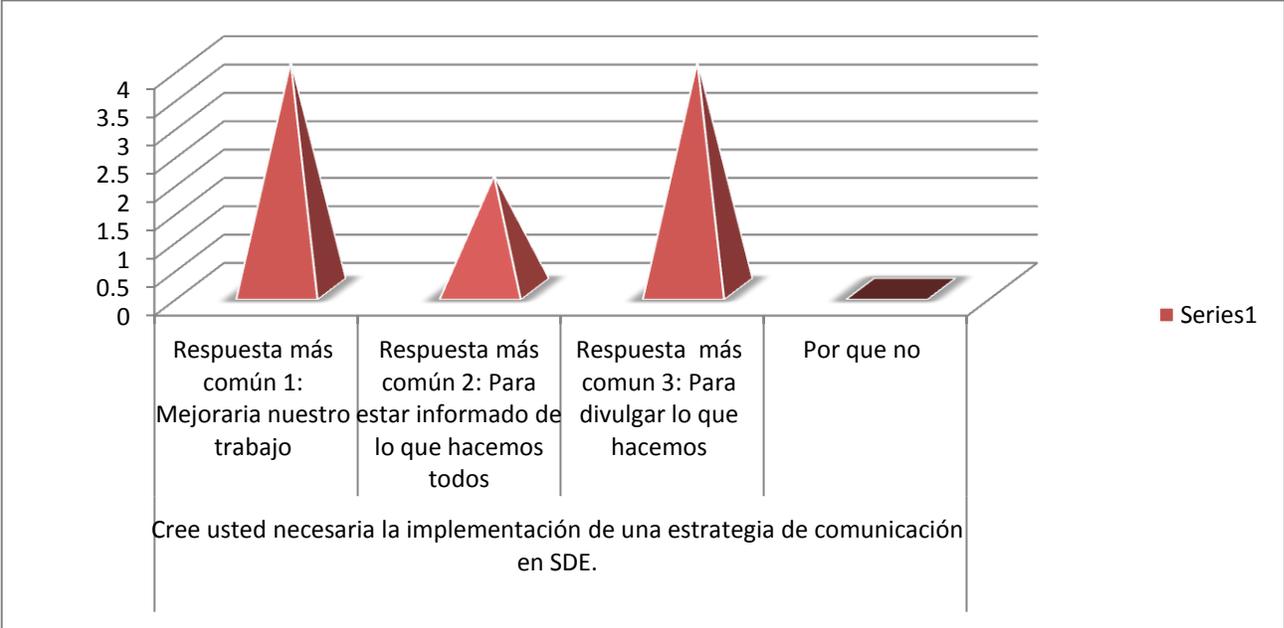
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.8 Uno de los datos más claros que brinda la presente encuesta, es que ningún empleado del SDE sabe cuánto hay de presupuesto dentro de SDE para ejecutar en el rubro de comunicación.



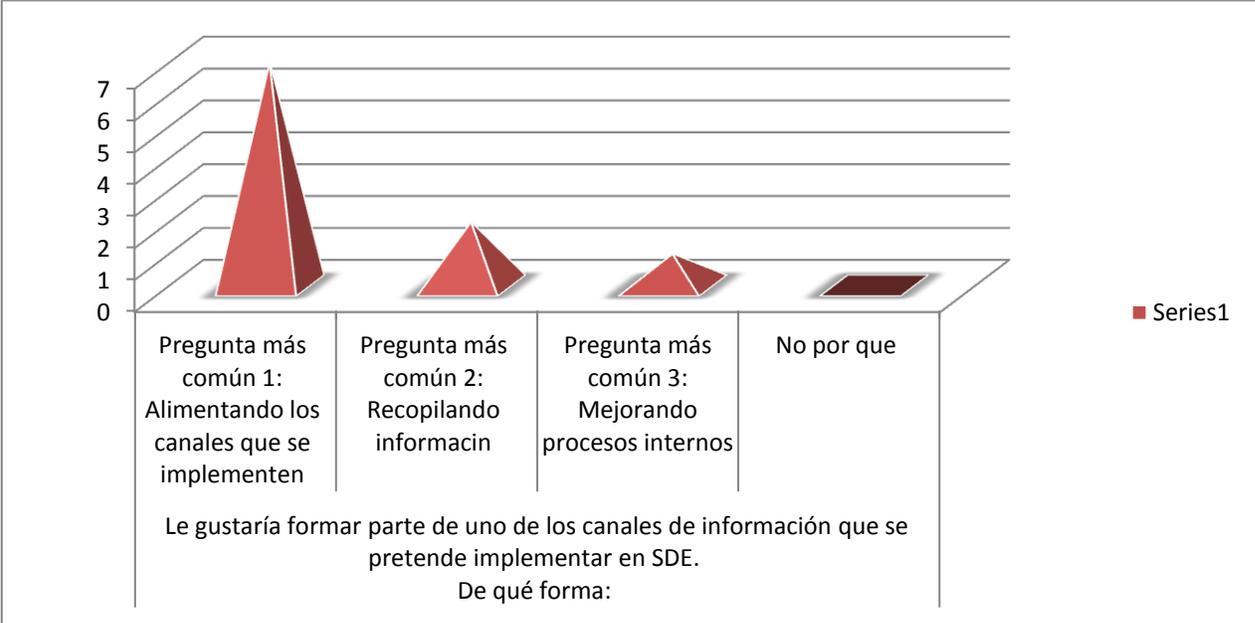
Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.9 Sobre la pregunta de la necesidad de que exista una estrategia de comunicación en SDE, gran parte de los encuestados indican que si es importante para que se sepa lo que se hace dentro del componente tanto en lo externo como en lo interno.



Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

5.4.10 El 90 por ciento de los empleados están de acuerdo en ser partícipes de la estrategia de comunicación de distintas formas.



Fuente: Abel Orellana Guatemala febrero del 2014

6. RADIOGRAFÍA COMUNICACIONAL DE LA INSTITUCIÓN

6.1. Descripción de la Comunicación Interna

El diagnóstico comunicacional realizado en el Componente de Servicio de Desarrollo Empresarial del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, dio a conocer las debilidades y necesidades que posee en este ámbito. Para las autoridades del componente mejorar este aspecto es de suma importancia ya que de esta manera se pueden mejorar las labores y el funcionamiento de la unidad en general.

La comunicación interna en la actualidad es sumamente deficiente, a tal grado que las regionales desconocen que hace una de la otra, mejorando esta situación se podrían intercambiar acciones, implementar en una región estrategias que han funcionado en otra.

Tanto las entrevistas realizadas a las autoridades del componente como las encuestas practicadas a los empleados, diagnosticaron el interés y la necesidad de mejorar la comunicación interna.

En la sede central cada unidad del componente se limita a hacer los que corresponde a su área y pocas veces se enteran de lo que hace su compañero incluso del compañero que se sienta en el cubículo continuo al de él.

En las sedes regionales la situación es aún más complicada, la distancia y la falta de métodos de comunicación son los principales causantes de la poca fluidez de la información.

6.1.2 Canales de Comunicación Interna

Los canales de comunicación interna en SDE se limitan únicamente al correo electrónico y a reuniones de trabajo, no existe un mecanismo para comunicar ni ser comunicado periódicamente, no hay cartelera de actividades ni una carpeta compartida en la que informen de las actividades programadas por las diferentes unidades.

6.2. Descripción de Comunicación Externa

La comunicación Externa en SDE es en dos canales, por correo electrónico y por medio de trifolios informativos impresos que se les entrega a las personas en las diferentes actividades que realiza el Viceministerio de la Mipyme. Durante la entrevista el coordinador del Componente SDE Juan Carlos Velásquez dijo que el poco presupuesto con el que cuentan en este rubro se ha utilizado únicamente para anuncios de prensa de algunas actividades y para hacer material informativo impresos, sin embargo no se ha hecho una medición de que tan eficiente ha sido lo que se ha implementado, se espera en este año hacer esta medición y encontrar maneras más eficientes, “como primer paso se contrató a un comunicador para que nos asesore en este tema”.

6.2.1 El POA del Año

6.2.1.1 PLAN OPERATIVO ANUAL –POA-

Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y servicios de Desarrollo Empresarial para el sector de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa.

De Desarrollo Empresarial

| ORDEN | OBJETIVOS OPERATIVOS | Acciones |
|-------|---|--|
| 1 | Realizar talleres, seminarios o cursos de formación y capacitación, asistencia técnica y asesoría orientados a fortalecer la productividad y competitividad de las empresarias y empresarios del sector MIPYME. | <ul style="list-style-type: none">● Promoción de los servicios que presta el Programa Nacional● Recepción de solicitud de apoyo● Planificación y programación del evento● Asignación de Oferente de SDE● Convocatoria● Realización del evento● Verificación y Monitoreo● Presentación de informe o resultados del evento● Actividades de Seguimiento |
| 2 | Oferentes de Servicios de Desarrollo Empresarial Capacitados. | <ul style="list-style-type: none">● Promoción de los Servicios que presta el Programa Nacional● Detección de la necesidad de Capacitación● Planificación y programación del evento● Asignación de Oferente de SDE● Convocatoria● Realización del evento● Verificación y Monitoreo |

| | | |
|---|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ● Presentación de informe o resultados del evento ● Actividades de seguimiento |
| 3 | Eventos de comercialización de bienes y servicios del sector MIPYME | <ul style="list-style-type: none"> ● Identificación de las oportunidades de mercado ● Planificación y programación del evento ● Convocatoria ● Capacitación de empresarios participantes en la Feria ● Organización de la Logística del Evento ● Realización del evento ● Verificación y Monitoreo ● Presentación de informe de resultados del evento ● Actividades de seguimiento |
| 4 | Personas apoyadas en servicios técnicos y financieros para el fomento de proyectos de emprendedores y sector MIPYME | <ul style="list-style-type: none"> ● Buscar alianzas con las Universidades. ● Promocionar la oferta de apoyo para emprendimiento y sector MIPYME. ● Seleccionar proyectos a apoyar. ● Diagnosticar proyectos para identificar sus debilidades y las necesidades de apoyo que requieren. ● Elaboración del plan de acción e intervención. ● Brindar Asistencia Técnica. ● Evaluar los productos y servicios prestados. ● Documentar la retroalimentación por parte del emprendedor y/o empresario participante. ● Actividades de seguimiento. |
| 5 | Población beneficiada con identificación y generación de oportunidades de empleo formal de calidad, para jóvenes (18 y 29 años). | <ul style="list-style-type: none"> ● Buscar alianzas estratégicas con el sector Público-Privado. ● Promocionar la oferta de apoyo a la generación de oportunidades y empleo formal. ● Diagnosticar proyectos para identificar las debilidades y necesidades de la población. ● Brindar asistencia. ● Documentar la retroalimentación. ● Actividades de seguimiento. |

6.2.1.2 Presupuesto 2014

| VISION: Ser el ente coordinador para el desarrollo competitivo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad de las Mipymes, de manera gradu | | | | | | | |
|--|---------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------------|-------------------|---------------------|
| MISION: Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y servicios de desarrollo empresarial para aumentar la productividad y la competitividad del sector de la microempresa, pequeña y media | | | | | | | |
| Proyectos | Cuantificación trimestral | | | | Recursos Necesarios | Producto esperado | Responsable Directo |
| | Ene-Mar | Abr-Jun | Jul-Sep | Oct-Dic | Miles de Quetzales (Año 2014) | | |
| Objetivo Estratégico 1: Facilitar el desarrollo competitivo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa para favorecer la generación de empleo. | | | | | | | |
| Programa Nacional de la Microempresa | | | | | | | |
| Servicios Financieros | 2,169,187.12 | Q2,169,187.12 | Q2,169,187.12 | Q2,169,187.11 | Q8,676,748.47 | 4,200 | Dirección Ejecutiva |
| Objetivo Estratégico 2: Fortalecer niveles de eficiencia, eficacia y pertinencia para los Servicios de Desarrollo Empresarial y con ello facilitar el desarrollo competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa, con énfasis en Responsabilidad Social y Ambiental. | | | | | | | |
| Programa Nacional de la Microempresa | | | | | | | |
| Servicios de Desarrollo Empresarial | Q1,557,982.88 | Q1,557,982.88 | Q1,557,982.88 | Q1,557,982.88 | Q6,231,931.52 | 7,590 | Dirección Ejecutiva |

6.2.2 Campañas Realizadas

En el tema de comunicación no se ha realizado ninguna campaña de comunicación únicamente cuando se realiza una actividad importante y donde están involucrados otros actores como cooperación internacional u otras entidades públicas y privadas se convoca a conferencia de prensa.

En algunas ocasiones se publican anuncios en la prensa escrita pero también por lo regular se hacen cuando hay otros actores involucrados y casi siempre son ellos los que pagan el anuncio ya que el presupuesto es muy limitado.

6.2.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando.

En la actualidad no hay un plan estratégico en marcha pero este 2014 se pretende realizar una estrategia de comunicación interna y externa, es por ello que han contemplado contratar a un comunicador social para realizar esta tarea y aunque en el organigrama no exista esa plaza, se acomodó a la plaza de Promoción y Vinculación de SDE.

6.2.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar.

En el plan de estrategia que se pondrá en marcha se tiene previsto, primero orientar los recursos que se tienen a formas y modos para aprovechar bien ese recurso, haciendo una medición de lo que se ha hecho y como ha funcionado. La estrategia que se hará en el 2014 contempla contar con tres canales de comunicación uno escrito otro radial y contar con divulgación material.

- **6.2.4.1 Medio Escrito:** que en principio sea electrónico y en donde todas las unidades retroalimenten el mismo, constará en tres fases primero será electrónico y a nivel interno, segundo se pretende interno impreso, tercero se pretende que sea externo y que sirva para informar de lo que hacemos al público en general y a los cooperantes.
- **6.2.4.2 Medio Radial:** Se realizará la solicitud a la radio nacional TGW para que se dé un espacio gratuito de una hora a la semana para promocionar e informar de lo que se hace en SDE.

- **6.2.4.3 Material audiovisual:** Se contactara a la secretaria de Comunicación Social de la Presidencia para que nos de apoyo con camarógrafo, reportero, productor y editor para grabar casos de éxito en SDE para que sirva como herramienta publicitaria y además se logre el interés de personas que se quieran beneficiar de los proceso que se siguen en SDE.

6.2.5 Presupuesto de comunicación para el presente año.

De acuerdo con el Manual de Clasificaciones Presupuestarias para el Sector Público de Guatemala, en SDE se tiene estipulado ejecutar en el renglón 121 Q25.000.00 y en el reglón 122 Q15,000.00 estos renglones son enfocados al tema de comunicación y a continuación se detallan.

6.2.5.1 121 Divulgación e información. Gastos realizados para difundir información oficial a través de distintos medios de comunicación (radiodifusoras, televisión, cines, teatro, periódicos, revistas, folletos, carteles, vallas, afiches, etc.) Incluye egresos por otros servicios, artículos y materiales conexos con dichos servicios, sean o no facturados conjuntamente. Manual de Clasificaciones Presupuestarias para el Sector Público de Guatemala 165.

6.2.5.2 122 Impresión, encuadernación y reproducción. Incluye el valor de materiales y mano de obra, ya sea que se facture conjunta o separadamente y siempre que ambos sean puestos por el impresor para trabajos de encuadernación, grabado o fotocopiado, de publicaciones oficiales, tales como libros, folletos, etcétera.

Cuando las dependencias estatales proporcionen los materiales únicamente se incluirá en este renglón el valor de la mano de obra del impresor, ya que los materiales deben clasificarse en el renglón que les corresponde en el Grupo 2.

7.2. MATRIZ O VACIADO DE LAS ENCUESTAS

| No. | Pregunta | Respuesta | Cantidad |
|-----|--|---|----------|
| 1 | ¿Considera que cuenta con los suficientes medios y canales de información para estar enterado de lo que sucede en el Componente SDE? | SI: | 1 |
| | | NO: | 9 |
| | ¿Cómo se puede mejorar la comunicación interna y externa en de SDE? | Respuesta máscomún 1: Reuniones de trabajo | 6 |
| | | Respuesta máscomún 2: convivencia fuera de oficina | 3 |
| 2 | | Respuesta máscomún 3: Mejorando procesos de gestión | 1 |
| | ¿Qué redes sociales utiliza para informarse y ser informado? | Facebook | 7 |
| | | Twitter | 2 |
| 3 | | Otros | 1 |
| | Cuál de estos medio de comunicación considera más eficientes para ser utilizados en SDE. Radio, Televisión y Escritos | Radio | 3 |
| | | Televisión | 1 |
| | | Escritos | 4 |
| | | Internet | 2 |
| 4 | | Otros | 0 |
| | La comunicación interna actualmente es: Buena, Regular o Mala | Buena | 0 |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | | Regular | 2 |
| | | Mala | 8 |
| | La comunicación Externa actualmente es: Buena, Regular o Mala | Buena | 0 |
| | | Regular | 2 |
| 6 | | Mala | 8 |
| | Desde su punto de vista que tan importante es la comunicación interna y externa en su área de trabajo. | Importante | 9 |
| | | No tan importante | 1 |
| 7 | | Me da igual | 0 |
| | Cree que se cuenta con el presupuesto necesario para realizar una estrategia de comunicación en SDE. | No Sabe | 9 |
| 8 | | No Responde | 1 |
| | Cree usted necesaria la implementación de una estrategia de comunicación en SDE. | Respuesta máscomún 1: Mejoraría nuestro trabajo | 4 |
| | | Respuesta máscomún 2: Para estar informado de lo que hacemos todos | 2 |
| | | Respuesta máscomún 3: Para divulgar lo que hacemos | 4 |
| 9 | | Por qué no | 0 |
| | Le gustaría formar parte de uno de los canales de información que se pretende implementar en SDE. De qué forma: | Pregunta máscomún 1: Alimentando los canales que se implementen | 7 |
| | | Pregunta máscomún 2: Recopilando información | 2 |
| | | Pregunta máscomún 3: Mejorando procesos internos | 1 |
| 10 | | No por que | 0 |

PLAN

- ❖ ANTECEDENTES DEL PLAN
- ❖ INFOGRAFIA
- ❖ OBJETIVOS DEL PLAN
- ❖ OBJETIVOS GENERALES Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- ❖ PÚBLICO OBJETIVO
- ❖ MENSAJE
- ❖ ESTRATEGIA
- ❖ MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIO
- ❖ MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO
- ❖ MEDIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
- ❖ REDES SOCIALES
- ❖ PLANES DE COMUNICACIÓN
- ❖ CALENDARIO
- ❖ PRESUPUESTO
- ❖ CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

2.1 ANTECEDENTES DEL PLAN

La comunicación tanto interna como externa en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial – SDE - del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, no ha obtenido los resultados deseados por la dirección. De acuerdo con Juan Carlos Velásquez, Coordinador del Componente, las estrategias utilizadas no han reflejado los resultados esperados, en temas de comunicación, los recursos han sido utilizados únicamente para imprimir trifoliales informativos, los cuales son entregados en ferias y eventos auspiciados por el Ministerio de Economía -Mineco-, se imprimen mantas referentes a los acontecimientos efectuados y eventualmente se pagan anuncios en medios escritos, sin embargo la estrategia utilizada nunca ha sido medible, es por eso que en el programa de trabajo para el 2014 se ha contemplado la contratación de un comunicólogo para que sea el responsable de implementar una estrategia de comunicación que permita mejorar la comunicación tanto interna como externa del Componente.

Actualmente SDE no cuenta, ni ha implementado a lo largo de su historia una estrategia de comunicación, no posee una Fan Page en Facebook ni tiene una cuenta en Twitter, esto debido a que las políticas del Mineco no permite que haya una cuenta diferente a la oficial en ninguna red social, no cuenta con ningún medio de comunicación interno ni externo que promocióne los servicios que se brindan, tampoco un medio que dé a conocer los resultados y logros que realiza el Componente.

La comunicación a lo interno se realiza por medio de correo electrónico y reuniones periódicas, no existe una cartelera ni un método que permita que los empleados informen y se informen de lo que se efectúa.

La comunicación externa, para informar de los servicios, se hace por medio de trifoliales informativos, y no existe un método para dar a conocer los resultados obtenidos por el Componente de SDE.

LAS MIPYMES SON EL MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE GUATEMALA

2.2 INFOGRAFÍA

GUATEMALA NECESITA DIRIGIRSE SIEMPRE ADELANTE

CON LAS CAPACITACIONES MORAMOS TODOS

Comercialización

TODOS TENEMOS LA RESPONSABILIDAD DE EMPUJAR NUESTROS NEGOCIOS

TECNOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

ASISTENCIA TECNICA

ASOCIATIVIDAD

PROCESO DE SENSIBILIZACIÓN

Emprendimiento

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 Objetivo General

2.3.1.1 Realizar una estrategia de comunicación eficiente, que permita mejorar la comunicación tanto interna como externa, dentro del Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial,-SDE-, del Viceministerio para el Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía.

2.3.2 Objetivos Específicos

2.3.2.1 Conseguir los recursos financieros necesarios para que SDE cuente con una estrategia de comunicación que cumpla con las expectativas para mejorar la comunicación tanto interna como externa.

2.3.2.2 Realizar alianzas con entidades gubernamentales y no gubernamentales para poner en marcha las estrategias contempladas en el plan de comunicación.

2.3.2.3 Crear canales de comunicación de audio, escrito y audiovisual para que los empleados informen y se informen de lo que se hace en SDE.

2.4 PÚBLICO OBJETIVO

Con la elaboración de este plan se pretende llegar a cuatro millones de guatemaltecos considerados micro, pequeño y mediano empresario de edades comprendidas entre 18 a 70 años de edad no importando el sexo pueden ser hombres o mujeres tampoco importa el credo ni la raza a la que pertenezcan.

Actualidad en Guatemala no existe un número exacto de Mipymes, según estadísticas del Ministerio de Economía el 86% de las Mipymes están en el sector informal, lo que no permite saber a ciencia cierta cuantas hay operando en el país. Sin embargo, tomando en cuenta que el guatemalteco en general es emprendedor y dedicado a buscar el fortalecimiento de su negocio sea formal o informal, este plan pretende llegar a 4 millones de guatemaltecos por medio de la radio, el internet e información entregada por escrito durante y mediante los diferentes eventos que realiza el Mineco a lo largo del año.

Previo a la elaboración del presente plan se realizó un diagnóstico para saber que medio es el más eficaz para llegar a nuestro público objetivo y se llegó a la conclusión que es la radio. Y tomando en cuenta que el presupuesto no permite pautar en un medio privado se logró un convenio con la radio nacional TGW de Guatemala quien nos proporcionó las estadísticas del target de la radio, y para nuestro público objetivo se acordó realizar un programa en vivo los días lunes de tres a cuatro de la tarde con lo cual nos aseguramos mayor audiencia en público comprendido en las edades y las características plasmadas al principio de este punto.

Y para llegar a los emprendedores el plan contempla la elaboración de un periódico mensual que llegará a todos los emprendedores que quieran iniciar o mejorar su negocio.

2.5 MENSAJE

**“Fortalezcamos a nuestras Mipymes,
el motor del crecimiento de nuestra Guatemala**

2.6 ESTRATEGIA

La estrategia que se utilizará en este plan de trabajo, que consiste en la elaboración de una estrategia de comunicación, para mejorar la comunicación en el Componente de Desarrollo Empresarial – SDE – del Viceministerio para el Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, contempla la creación de tres medios de comunicación radio, audiovisual y escrito, además se mejorará la presencia de SDE en las redes sociales y se explotará el internet como un medio alternativo de comunicación.

2.6.1 Medio de Comunicación Radio.

Las encuestas y las entrevistas realizadas durante el diagnóstico estiman que el medio más eficaz y funcional que se debe utilizar para capacitar masivamente y dar a conocer los servicios de desarrollo empresarial que ofrece SDE es la radio, de esa cuenta se realizará un programa en la radio Estatal TGW de Guatemala, este programa será transmitido los días lunes en un horario de tres a cuatro de la tarde a partir del cinco de mayo del 2014. En este programa se realizarán capacitaciones con expertos en los temas relacionado al fortalecimiento de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Guatemala, además se promocionará los Servicios de Desarrollo Empresarial que presta el Viceministerio de la Mipyme.

Se realizarán capacitaciones de diversos temas como:

- Asociatividad
- Asistencia técnica
- Gestión empresarial
- Tecnología de la información y las comunicaciones
- Alfabetización digital
- Comercialización
- Participación en ferias
- Participación en ruedas de negocios
- Internacionalización

- Emprendimiento
- Educación financiera

Para la realización de estos temas se contará con la presencia de expertos en todos y cada uno de estos temas, se harán alianzas con empresas privadas, estatales y semiautónomas, como por ejemplo Empresa de Telecomunicaciones Tigo e INTECAP para realizar los programas que puedan interesar a las Mipymes para su fortalecimiento institucional.

El programa no tendrá costo alguno ya que se realizó un convenio con TGW para que cediera el espacio. SDE facilitó el patrocinio de una computadora para el estudio de grabación por medio de la Empresa de Telecomunicaciones Tigo, a cambio de la donación Tigo tendrá participación en cinco programas para dar a conocer el trabajo que realiza en apoyo a las Mipymes del país.

2.6.2 Medio de Comunicación Escrito.

En el Componente SDE la comunicación interna se ha manejado por medio del correo electrónico sin embargo esta comunicación se ha dado únicamente entre el que solicita la información y el que la brinda, y en base al diagnóstico se logró establecer que hace falta un canal de comunicación que sirva para que todos los empleados, coordinadores, jefes y autoridades superiores sepan lo que se hace, y así mismo, dar a conocer lo que ellos hacen, tomando en cuenta que el presupuesto es sumamente limitado se establece la creación de un periódico digital en el que todos los integrantes de SDE publiquen lo que hacen y se enteren del trabajo de los demás.

Una vez se determinó que la mejor manera de comunicarse internamente sería por medio de un canal escrito, se llamó a una reunión en donde en consenso se le dio vida a un boletín llamado “El Informativo SDE” el cual saldrá mensual y constara de seis secciones.

2.6.2.1 Logo y Slogan

El logo, Slogan y el nombre del boletín se dio mediante un concurso y una lluvia de ideas en donde estuvieron involucrados la mayoría de los empleados de SDE, quedando en acuerdo común.

Nombre: “El Informativo”

Slogan: “Capacitar es desarrollar”

Logo: El logo es representado por un cubo y una flecha, que significan, el cubo las dificultades que encontramos cuando nos planteamos una tarea y la flecha señalada hacia arriba quiere decir que siempre tenemos que ir a lo más alto de nuestro objetivo.

2.6.2.2 La Entrevista

Este será el primer segmento del boletín ocupará la pagina uno y ahí se pretende dar a conocer mediante una entrevista casos de éxito o llamamientos a la reflexión como por ejemplo mensajes de las autoridades superiores, entrevistas con personas involucradas en caso de éxito tanto capacitadores como capacitados y cooperantes.

2.6.2.3 Tema Principal

En el tema principal se realizará un reportaje enfocado a dar a conocer un tema en particular como por ejemplo el éxito de la realización de una feria, el nombre y el trayecto de una empresa que haya logrado cumplir sus metas como por ejemplo una empresa que haya logrado importar sus productos gracias a un aporte del Mineco, alguien que haya superado sus metas pese a tener una discapacidad etc.

2.6.2.4 Regionales al Día

En este espacio las regionales ubicadas en el interior del país darán a conocer lo que han hecho o en lo que están trabajando actualmente, podrán dar a conocer

las estadísticas de lo que han realizado y cuando sea necesario también utilizaran el espacio para anunciar algún acontecimiento próximo en sus departamentos.

2.6.2.5 El Calendario

En este espacio se dará a conocer los acontecimientos próximos a realizar por ejemplo fechas de talleres, ferias, convenios con alguna entidad para realizar en conjunto un trabajo etc.

2.6.2.6 Seccione de Avisos

En esta sección todo el personal pondrá a disposición de los demás, anuncios personales, como por ejemplo el nacimiento de un hijo, su cumpleaños, casamientos o simplemente algún mensaje que quieran dar a conocer.

2.6.3 Medio De Comunicación Audiovisual

Como se describió al principio, la presente estrategia constará de los tres canales de comunicación más comunes Radio, Escritos y Televisión, y para cumplir con ésta última parte se solicitará apoyo a la Secretaria Ejecutiva de la Presidencia para que nos faciliten la colaboración de un reportero y un camarógrafo y poder hacer video reportajes de casos de éxito o proyectos que han marcado la superación y crecimiento de una Micro, Pequeña o mediana empresa.

Este material también servirá para promocionar los servicios de desarrollo empresarial en reuniones con autoridades o líderes comunitarios, que quieran implementar los servicios de SDE en sus comunidades.

El material audiovisual también servirá para capacitar, se pretende grabar las capacitaciones realizadas por los facilitadores de SDE y colocarlos en línea para poder llegar a más personas.

El material realizado también servirá para retroalimentar la página del Gobierno Central y la página oficial del Mineco, también será utilizado en los canales de comunicación estatales como la página de la Agencia de Noticias y el noticiero oficial.

2.6.4 Redes Sociales

Hoy por hoy, se sabe del fuerte impacto de las redes sociales en la sociedad y el impacto que tienen en el tema de la promoción de los servicios, el impacto que tienen para informar es sumamente alto, sin embargo las políticas del Ministerio de Economía en materia de redes sociales establece que, el único que puede tener presencia en las redes sociales es el Ministro de Economía Sergio de la Torre, y a través de esa cuenta se da a conocer todo lo que se realiza en el Ministerio, las actividades, los acontecimientos y las acciones que se implementan en la cartera de economía se da a conocer a través de la cuenta de Facebook del Ministro y la Cuenta de Twitter.

En este plan se pretende solicitar ante las autoridades superiores que permitan la creación de una cuenta de Facebook y Twitter particular de SDE para dar a conocer todos los acontecimientos plasmados en esta estrategia de comunicación, por ejemplo, en caso del programa de radio, es necesario publicar en las redes sociales los temas a tratar en todos y cada uno de los programas.

Las redes sociales también pueden ser un buen mecanismo para promocionar los servicios que se prestan en SDE y también para dar a conocer los link de las grabaciones tanto del programa como de los videos realizados que serán compartidos en internet.

2.7 LOS PLANES DE COMUNICACIÓN

La visión de este plan es poder contar con tres canales de comunicación en audio, video y escrito, además se buscará el apoyo por parte de las autoridades superiores para contar con redes sociales, sin presupuesto se ve difícil, sin embargo, al realizar las alianzas con algunas entidades para que el beneficio sea mutuo se puede lograr.

Los planes de comunicación de este plan se enfocarán a encontrar el recurso y las estrategias para lograr alianzas que permitan la creación de lo que se pretende. En instituciones del estado como el componente SDE, el presupuesto es sumamente bajo por lo que el Plan de esta Estrategia de Comunicación busca realizar alianzas con entidades gubernamentales y no gubernamentales para cumplir con los objetivos, tales como, la alianza realizada con TGW y la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, con quienes se han establecido compromisos de cooperación mutuos.

Este plan tiene como objetivo primordial, establecer parámetros para poner en funcionamiento los tres canales de comunicación y trabajar para que sea posible que permitan la creación de las redes sociales administradas y creadas por SDE.

2.7.1 Plan de Comunicación Radio

El programa radial se realizará tras establecer una alianza con la Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional TGW, quienes se verán beneficiados con equipo de cómputo para el estudio de grabación, ya que por medio del Componente SDE se facilitó la donación de una computadora que será facilitada por la Empresa de Telecomunicaciones Tigo con quien SDE sostiene relación de de cooperación en otros temas, esta estrategia permitirá la creación de un canal de comunicación en la radio estatal, la cual tiene una audiencia considerable y para buscar el mejor rating la negociación no solo facilitó el

espacio en la radio, si no que también el horario de mayor rating como lo es de tres a cuatro de la tarde.

El programa de radio no solo nos servirá para dar a conocer los servicios que se prestan en SDE si no también servirá para realizar capacitaciones masivas y así se podrá cumplir con otro de los objetivos, que es llegar al mayor número de Micros, Pequeños y Medianos Empresarios de Guatemala.

2.7.2 Plan de Comunicación Audiovisual

Para cumplir con el plan y contar con un canal de información en materia audiovisual, se pedirá la colaboración de la Secretaria de Comunicación de la Presidencia -SCSP- para que nos facilite equipo tanto humano como mecánico. Al realizar la alianza con la SCSP ellos se beneficiaran ya que contarán con material para utilizarlo en los diferentes medios de comunicación oficiales como el canal de gobierno, las páginas en internet oficiales y en los comerciales estatales.

El material audiovisual servirá para dar a conocer los casos de éxito y el trabajo en sí que se realiza en SDE, también se grabarán las capacitaciones para que sean utilizadas vía web, los videos se utilizarán también como presentación de lo que se pretende hacer en algunas regiones, ejemplo uno de los casos de mayor éxito en el Viceministerio en el 2013 fue “El Proyecto Mujer” llevado a cabo en los departamentos de Sololá, Chimaltenango y Sacatepéquez, este proyecto se pretende implementarlo en otras regiones en el 2014, el material audiovisual servirá para buscar apoyo de autoridades locales y para captar el interés de los posibles beneficiados con este proyecto.

El canal de comunicación audiovisual se realizará sin costo alguno para el Ministerio de Economía, ya que la estrategia contempla hacer la alianza poniendo de manifiesto la cooperación estatal hacia un proyecto que tiene como fin dar a conocer el trabajo que se hace en el Mineco y al mismo tiempo nos servirá como medio de promoción de los servicios de SDE, buscar apoyo y mostrar en que se invierte el presupuesto del Viceministerio de la Mipyme y también será una herramienta a utilizar para realizar las capacitaciones.

2.7. 3 Plan de Comunicación Medio Escrito

El Canal de Información Escrito planteado en este plan será en digital en primera instancia debido a que no se cuenta con presupuesto sin embargo quedara estipulado como gasto de impresión en el POA para el 2015, y a partir del 2015 será entregado en eventos realizados por el Ministerio de Economía y que sirva también como un medio de comunicación para que los cooperantes se enteren en que se utilizan los recursos proporcionados.

La diagramación se realizará con el apoyo del encargado del área de Comunicación Social del Ministerio de Economía, no tendrá ningún costo pero si tendrá la limitación de no ser la prioridad del área de diagramación, pero al cumplir con los tiempos establecidos podrá cumplir con el tiempo acordado.

Tendrá una publicación mensual y será retroalimentado con información actual, la información de las sedes regionales se realizará por medio de la coordinación de esta unidad y en la sede central se hará con la encargada de esa área.

2.7. 4 Plan de Comunicación Redes Sociales

En el tema de las redes sociales se espera la comprensión de las autoridades superiores para que permitan la creación de las cuentas de Facebook y Twitter para que cumpla con los objetivos de interactuar con la sociedad y dar a conocer la Estrategia de Comunicación que se pondrá en marcha a partir del cinco de mayo en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial del Viceministerio de la Mipyme del Ministerio de Economía.

CALENDARIO

MAYO

| PRIMER SEMANA | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> El cinco de mayo se firmara la carta de entendimiento entre el Viceministerio de la Mipyme y La Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional, en el acto participaran el Director de TGW Juan José Ríos y el Viceministro de la Mipyme Sigfrido Lee. Se transmitirá la primera emisión del programa “Fortalezcamos a nuestras Mipymes” en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde, el tema será los objetivos del Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial, el funcionamiento de este componente y la necesidad que tienen las Mipymes de Guatemala. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se solicitara la información por escrito tanto a las sedes regionales como a los empleados de la sede central para retroalimentar la información del Periódico el Informativo, poniendo como fecha límite para recibir la información el 19 de mayo. | | | | | |

| SEGUNDA SEMANA | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. Se solicitará una reunión con funcionarios de La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia para la filmación del primer caso de éxito "Proyecto Mujer". | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). | | | | | |

| TERCER SEMANA | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. Se recabara la información para retroalimentar el periódico El Informativo y se iniciara con la redacción de las notas que dan vida a la primera edición del Periódico SDE. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). | | | | | |

| CUARTA SEMANA | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. Se entregará el material al departamento de diagramación para la elaboración de la primera edición del Periódico El Informativo SDE. | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|

JUNIO

| PREMIER SEMANA | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). Se viajara a los departamentos de Sololá, Chimaltenango y Sacatepéquez a realizar la filmación | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). Se viajara a los departamentos de Sololá, Chimaltenango y Sacatepéquez a realizar la filmación | | | | | |

| SEGUNDA SEMANA | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. Se solicitara por escrito a las sedes regionales y a los empleados de SDE de la sede central para la retroalimentación de la segunda edición del Periódico El Informativo SDE, poniendo como fecha limite el miércoles 18 de junio. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). | | | | | |

| TERCER SEMANA | 16 | 17 | 18 | 119 | 20 |
|--|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. • Se solicitara la entrega del primer material audiovisual para iniciar con su promoción. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). • Se recabara la información y se iniciara con la redacción de la segunda emisión de El Periódico El Informativo SDE. | | | | | |

| CUARTA SEMANA | 23 | 14 | 25 | 26 | 30 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). • Se entregara al departamento de diagramación para la creación de la segunda emisión del Periódico El informativo SDE. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. • De ser positiva la respuesta sobre la creación de las redes sociales se abrirán las cuentas en Facebook y Twitter. | | | | | |

JULIO

| PRIMER SEMANA | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|--|----------|----------|----------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). Se publicara la segunda emisión del Periódico El Informativo SDE. | | | | | |

| SEGUNDA SEMANA | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|--|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. Se solicitara una segunda reunión con funcionarios de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia para realizar el segundo material fílmico Caso de éxito Proyecto OVOP un pueblo un producto. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). Se solicitara por escrito tanto a las sedes regionales como a los colaboradores de SDE central la información para la tercera edición del Periódico El Informativo SDE poniendo como fecha límite el 16 de julio. | | | | | |

| TERCER SEMANA | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se realizará la invitación al experto (los invitados y el tema serán sujetos a cambios tomando en cuenta que el programa pretende ser actual es decir tratara temas importantes que estén de moda en el momento de la transmisión). • Se recabará la información para la tercera edición del Periódico El Informativo SDE y se iniciara con la redacción. • Se viajara al municipio de Momostenango a realizar la segunda edición fílmica que servirá para promocionar el proyecto OVOP. | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

| CUARTA SEMANA | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. | | | | | |

| QUINTA SEMANA | 28 | 29 | 30 | 31 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirá el programa en TGW 107.3 FM, de tres a cuatro de la tarde. | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Se publicara la tercera edición del Periódico el Informativo SDE. • Se solicitara la entrega del material fílmico para promocionar el Proyecto OVOP. | | | | |

2.9 PRESUPUESTO

El presupuesto a utilizar por el Componente de Servicios de Desarrollo empresarial – SDE – del Viceministerio de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, se establece como en todas las instituciones del estado un año antes, por lo que en SDE no hay presupuesto para realizar una estrategia de comunicación, ya que el POA del 2014 no contempla tal gasto. Es por ello que la estrategia de comunicación que se ha puesto en marcha no cuenta con presupuesto, sin embargo estableciendo las necesidades al realizar el diagnóstico y buscar la manera de ejecutar un plan de comunicación, se encontró la solución buscando alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y no gubernamentales para ejecutar lo planificado en el plan.

Se ha logrado conseguir las alianzas utilizando el término gana-gana, a continuación se detallan los costos que debería tener cada actividad del plan, enfocados a contar con un medio radial (Programa radial “Fortalezcamos a nuestras Mipymes), aliado estratégico Radio Nacional TGW. Audiovisual (Material audiovisual promocional casos de éxito), aliado estratégico Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia. Escrito (Periódico Digital El Informativo SDE), el periódico no tendrá ningún costo ya que será digital y la diagramación estará a cargo de un empleado del Mineco. Las redes sociales no tendrán ningún costo ya que será operado por el encargado de la Unidad de Promoción de Oferta y Demanda SDE.

Para deducir los gastos que contemplaría la realización de este plan a continuación se detalla por canal de comunicación:

2.9.1 Costo Plan Programa Radial “Fortalezcamos a Nuestras Mipymes”

La contratación de un locutor para realizar la producción = Q 250.00 por spot.

- Spot presentación
- Spot entrada spot salida
- Spot corte spot

- Anuncio del programa

Renta del estudio de grabación Q 600.00. Total producción Q 1600.00.

En la radio nacional TGW no existe un tarifario ya que no es lucrativa, sin embargo la transmisión en una radio con las mismas características de TGW en Guatemala tiene un costo aproximado de Q2,500.00.

Contratación de un comunicador para locutar el programa Q200.00 por programa total 13 programas = Q2,600.00

Por lo que la transmisión de las trece emisiones del programa “Fortalezcamos a Nuestras Mipymes” mas la producción tendría un costo de **Q36,700.00**.

Los costos son estimados por el ex director de Radio 10 Juan Rodolfo Sánchez.

2.9.2 Costo Plan Material Audiovisual

La contratación de un camarógrafo y reportero y el alquiler de última generación en una productora es de Q,3000.00 por día. Total tres días Q9000.00.

La edición de un video de 10 minutos tiene un costo de Q1,200.00

Total de la filmación de un documental de 10 minutos será de Q10,200.00

La estrategia contempla la realización de dos videos por lo que tendrá un costo total de **Q20,400.00**

Los costos son estimados por Marlon Lorenzana ex productor del Programa La Camioneta.

2.9.3 Costo Plan elaboración del Periódico El Informativo SDE

La contratación de un redactor para el Periódico El Informativo SDE tendría un costo de Q175.00 por hoja tomando en cuenta que son 5 hojas tendría un costo de Q875.00

La diagramación tendría un costo de Q100.00 por hoja en 5 hojas Q500.00

Total diagramación y redacción Q1375.00 en las tres ediciones total Q4125.00

El costo de la diagramación fue estimada por Paulo Villatoro diagramador del Ministerio de Economía, y el costo de la redacción fue estimada por el periodista Abel Orellana.

2.9.4 Costo Plan Redes Sociales

El costo por el manejo de redes sociales por medio de la contratación de un Community Manager es de Q3,000.00 mensual. En los tres meses costaría **Q9,000.00**

El costo fue estimado por Yessenia Maldonado, Asesora de Publicidad de Páginas Amarillas.

El costo total de la Estrategia de Comunicación contemplada en el presente plan tomando en cuenta la creación de los tres canales de comunicación Radio, Audiovisual y escrito, además de la creación y retroalimentación de presencia en redes sociales es de = **Q70,225.00**.

2.10 CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

El Plan de la Estrategia de Comunicación que se realizará en el Componente de Desarrollo Empresarial SDE, al no contar con recursos propios, contempla la alianza estratégica con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, algunos de los acuerdos han tenido seriedad, como lo es, el caso de la alianza que se hará con La Radio Nacional TGW, con quien se firmara una carta de entendimiento, lo que garantiza el compromiso de ambas instituciones. A continuación se muestra el borrador de la carta de entendimiento que se firmará el cinco de mayo de 2014 entre El Ministerio de Economía quien será representado por el Viceministro para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa Jacobo Rey Sigfrido Lee Leiva y el director de La Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional Juan José Ríos Guzmán.

Con la firma de este escrito se garantiza el control y seguimiento del programa radial planificado en esta Estrategia de comunicación.

Para garantizar que el programa siempre cuente con invitados especiales, los días miércoles se realizará una mesa de técnica de discusión en donde participaran los dos presentadores Abel Orellana y Milton Roldan y el Director de SDE Juan Carlos Velázquez, donde se realizara un consenso para discutir el tema a tratar y determinar el nombre del invitado que participara en el programa, los días viernes se confirmara vía telefónica la presencia del invitado.

Para darle seguimiento, control y certeza que se realizará el material audiovisual plasmado en el plan de la presente estrategia de comunicación, se solicitará una reunión con el encargado de esta unidad de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia Eliseo García. Se le presentará el proyecto al Coordinador del SDE para que apruebe los nombramientos para poder realizar los documentales.

Para garantizar la recopilación de la información a utilizar para las tres ediciones del Periódico El Informativo SDE se solicitará al Coordinador de SDE Juan Carlos Velásquez que envíe un memorándum a todo el personal para que envíen la información requerida en los tiempos establecidos, se programará una reunión con la directora de Comunicación Social del Ministerio de Economía Vicky Castillo para que la diagramación del periódico sea una de las tareas primordiales del diagramador y con eso cumplir con los tiempos establecidos.

En el tema de las redes sociales se solicitará una reunión con el Viceministro Sigfrido Lee para darle a conocer la importancia que conlleva el contar con redes sociales creadas y administradas por la unidad de Promoción de SDE, de ser aprobada la petición se realizará un mapeo diario de las actividades y cuando el Componente SDE tenga actividades se actualizará de manera inmediata y en caso no tengan actividades se comentará y se compartirán actividades nacionales e internacionales de interés.

INFORME DESCRIPTIVO

- ❖ INFORME DESCRIPTIVO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SDE
- ❖ PROGRAMA FORTALEZCAMOS A NUESTRAS MIPYMES
- ❖ PERIÓDICO EL INFORMATIVO SDE
- ❖ VIDEO PROYECTO MUJER
- ❖ PRESENCIA EN LA WEB
- ❖ CONCLUSIONES
- ❖ RECOMENDACIONES
- ❖ E-GRAFIAS
- ❖ BIBLIOGRAFIAS
- ❖ ANEXOS

INFORME DESCRIPTIVO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
COMPONENTE DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL
MINISTERIO DE ECONOMÍA

El diagnóstico realizado en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial – SDE – del Viceministerio para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de Guatemala, dio como resultado la necesidad de mejorar tanto la comunicación tanto interna como externa.

Por tal motivo se realizó un plan enfocado a realizar una estrategia de comunicación que permitiera mejorar estos aspectos.

La Estrategia de Comunicación, contempló la creación de tres canales de comunicación; auditivo, audiovisual y escrito, además de mejorar la presencia en la web utilizando las redes sociales y otras herramientas para promocionar los servicios e incluso utilizarlas como un canal de capacitación masiva.

Uno de los aspectos importantes de esta estrategia es que a pesar de carecer de recursos se logró realizar gracias a las alianzas que se hicieron con entidades públicas y privadas.

El canal auditivo se realizó por una alianza establecida con La Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional, quien proporcionó un espacio en Radio TGW donde se transmite el Programa “Fortalezcamos a Nuestras Mipymes” los días lunes de tres a cuatro de la tarde.

El canal audiovisual se realizó por medio de una alianza establecida con La Secretaria Ejecutiva de la Presidencia con quien se trabajó un video y se tiene en proyecto otros dos para promocionar la labor que se realiza en SDE, el video que ya se trabajó es el de Proyecto Mujer y se tiene previsto terminar antes que finalice el año con el video OVP y Emprende Guatemala.

El canal escrito consta de un periódico digital llamado “El Informativo SDE”, la primera edición salió el 25 de julio, en primera instancia es un periódico digital pero se espera que para el año próximo se reserven recursos para que sea impreso.

La estrategia también contempló la presencia en la web, las policitas del Ministerio de Economía no permiten la creación de cuentas además de la oficial y la de los viceministerios, sin embargo se logró tener la administración en conjunto con Comunicación Social de la cuenta oficial del Viceministerio y se permitió la creación de un canal en Youtube para promocionar los videos realizados y colgar en este portal videos de capacitación.

A continuación se detalla la estrategia y sus productos.

PROGRAMA DE RADIO FORTALEZCAMOS A NUESTRAS

MIPYMES



CABECERA PROMOCIONAL "FORTALEZCAMOS A NUESTRAS MIPYMES"

La estrategia de comunicación dió inicios de forma concreta el día 5 de mayo con la primera emisión del programa de radio "Fortalezcamos a Nuestras Mipymes" que se trasmite en TGW de tres a cuatro de la tarde este programa fue creado para brindar capacitaciones masivas con expertos en los temas relacionado al fortalecimiento de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Guatemala.

Durante las 300 horas obligatorias de prácticas fueron relazados 13 programas enfocados a fortalecer la competitividad de las Mipymes relacionados a los siguientes temas:

- Asociatividad

- Asistencia técnica
- Gestión empresarial
- Tecnología de la información y las comunicaciones
- Alfabetización digital
- Comercialización
- Participación en ferias
- Participación en ruedas de negocios
- Internacionalización
- Emprendimiento
- Educación financiera

En todos los temas contamos con más de un experto, un dato importante en la realización de los programas fue que se implemento el contacto vía teléfono para conocer casos de éxitos en los temas que se trataba.

Esta cabecera promocional sirve para promocionar el programa está colgada en la página oficial del Ministerio de Economía, en la página oficial de la Radio TGW y ha sido publicada y compartida en las redes sociales en diferentes perfiles.

El programa no tenido costo alguno ya que se realizó un convenio con TGW para que cediera el espacio. SDE facilitó el patrocinio de una computadora para el estudio de grabación por medio de la Empresa de Telecomunicaciones Tigo, a cambio de la donación

Estructura del programa

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA “FORTALEZCAMOS A NUESTRAS MIPYMES”

NOMBRE DEL PROGRAMA: “Fortalezcamos a nuestras Mipymes”.

SLOGAN: “Mipymes el Motor del Crecimiento Económico de Guatemala”.

TIPO DE PROGRAMA: informativo.

TARGET: Jóvenes y adultos de 17 a 60 años.

TIEMPO DEL PROGRAMA: una hora.

DÍAS DE TRANSMISIÓN: lunes.

HORARIO DE TRANSMISIÓN: de tres a cuatro de la tarde.

CONDUCTORES: Abel Orellana y Milton Roldán.

CONTENIDO DEL PROGRAMA: El programa es utilizado como un canal para capacitar a los empresarios dándoles Tips para mejorar su competitividad.

PRIMER PROGRAMA PRESENTACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROGRAMA

En este programa estuvo presente el Viceministro de desarrollo de la microempresa Sigfrido Lee y el director de SDE Juan Carlos Velásquez en este programa se presentó el proyecto y se explicó la importancia de contar con un canal de comunicación que sirva para las capacitaciones masivas.



ABEL ORELLANA JUNTO A LOS INVITADOS SIGFRIDO LEE JUNAN CARLOS VELÁSQUEZ.

SEGUNDO PROGRAMA TEMA EL EMPRENDIMIENTO

En este programa participaron los expertos en el tema Walter Morales, Eliza Zaczkowska y Luis Jocol se conversó en torno al emprendedurismo, se fomentó el mismo y se motivó a los empresarios a cumplir sus metas.



LOS INVITADOS DEL PROGRAMA WALTER MORALES, ELIZA ZACZKOWSKA Y LUIS JOCOL.

TERCER PROGRAMA TEMA EL AHORRO

En este programa participaron los expertos en el tema Any Benitez y Arturo Melville, el programa fue enfocado a darle a conocer al radio escucha la importancia de ahorrar.



ABEL ORELLANA Y LOS EXPERTOS EN AHORRO ANY BENITEZ Y ARTURO MELVILLE.

PERIÓDICO EL INFORMATIVO SDE



CABECERA PROMOCIONAL "FORTALEZCAMOS A NUESTRAS MIPYMES"

La comunicación interna es una de las debilidades detectadas durante el diagnóstico, para mermar esta situación fue necesario la elaboración de un periódico que circulara a nivel interno en primera instancia, con esta herramienta todas las unidades incluyendo las sedes regionales dan a conocer sus actividades, de esa cuenta el trabajo de todos y cada uno de nosotros es conocido. El periódico tuvo tanta aceptación que se decidió que circulara a nivel externo dando a conocer por medio de este canal de comunicación lo que se hace en el Componente de Servicio de Desarrollo Empresarial, llegando de esta manera la información a autoridades y cooperantes del Ministerio de Economía, importante mencionar que también se está analizando la posibilidad de contar con presupuesto para el año próximo para imprimirlo y entregarlo al público que visita el Mineco.

El Periódico SDE saldrá mensual y está compuesto de las siguientes secciones:

LA ENTREVISTA

En la entrevista se tocarán temas de interés actuales que den a conocer los acontecimientos de gran envergadura en los que participa o que apoya el Componente de SDE, en la primera edición este espacio fue otorgado a un mensaje enviado por el Viceministro Sigfrido Lee.

En este segmento se entrevistará al personaje involucrado en el evento para saber cuánta importancia tiene para el desarrollo de las Mipymes, el Ministerio de Economía a lo largo del año tiene varios eventos enfocados al fortalecimiento de la competitividad de las Mipymes, teniendo a actores importantes como por ejemplos los capacitadores que llegan al país para compartir sus conocimientos.

TEMAS UNO Y DOS

En esta sección se publicarán los dos temas que al parecer de la mesa editorial sean los más importantes dados por las fuentes informativas, en algunas ediciones los temas serán pedidos siguiendo una línea editorial estipulada por la edición, pueden ser casos de éxito, eventos importantes e incluso la promoción de un acontecimiento.

TEMA PRINCIPAL

En este espacio del periódico se publicará un artículo dedicado a mostrar el trabajo que se realiza en el Componente SDE, será un trabajo periodístico que contenga información, análisis y contenido informativo, este artículo es consensuado con la coordinación.

En el tema principal se dará a conocer casos de éxito, seguimiento a los acontecimientos, con este espacio también se analizarán resultados y se darán a conocer estadísticas de logros obtenidos, esta primera edición se explica que es el componente y se da a conocer el trabajo que se hace además de informar lo que se ha logrado y lo que se pretende lograr a corto y mediano plazo.

CENTRAL AL DÍA

En esta sección del Periódico SDE se dará a conocer el trabajo que hacen los colaboradores de la sede central, darán a conocer sus resultados, sus proyectos y sus perspectivas de cada una de las unidades.

REGIONALES AL DÍA

Al igual que la sección de central al día en este espacio las sedes regionales darán a conocer sus logros sus metas y sus expectativas del trabajo que realizan en los diferentes departamentos darán a conocer los resultados de los eventos y su programación para que todos sepan de las actividades que realizan.

CALENDARIO DEL MES

Este espacio será utilizado para dar a conocer con fechas puntuales las actividades programadas en los diferentes lugares, hay eventos institucionalizados como las ferias Mipyme que se dan año con año.

DIRECTORIO

En esta sección se darán a conocer los nombres de las personas involucradas en la realización del periódico.

A continuación la impresión del primer ejemplar del Periódico SDE.

VIDEOS PROMOCIONALES PROYECTO MUJER

Otro de los objetivos de la estrategia de comunicación realizada en el Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial SDE es contar con material audiovisual que dé a conocer los diferentes programas que se ejecutan en el Ministerio de Economía. Este material además servirá para enseñar los proyectos a cooperantes y a las personas que están próximas a beneficiarse en los programas, también para incentivar a las autoridades locales a que crean en el proyecto y brinden su apoyo.

La estrategia de comunicación contempla realizar dos videos uno de proyecto Mujer un programa enfocando a brindarle asistencia técnica a mujeres emprendedoras, contratando asesores en los temas de imagen y mejora de su producto.

Durante las 300 horas de práctica se realizó el video de Proyecto Mujer y se planificó la realización del video OVOP otro proyecto del Ministerio de Economía dirigido a mejorar la producción local del país.

Este video fue realizado en conjunto con la Secretaria Ejecutiva de la Presidencia quienes pusieron a disposición camarógrafos, reporteros, personal de iluminación y sonido así como editores y redactores, la locución fue gracias a la coordinación de la dirigencia de la secretaria y fue utilizada la voz oficial del Gobierno de Guatemala.

Este material ya fue utilizado por la unidad encargada del proyecto pues este año ya está en marcha este proyecto, también está colocado en la web en el canal oficial del Componente SDE, ha sido difundido en los diferentes medios de comunicación del gobierno y en la página oficial del Ministerio de Economía, en las redes sociales y en las cuentas de algunas entidades con quien se tienen convenios de cooperación.

Este video puede ser observado en el canal youtube en la dirección http://www.youtube.com/watch?v=bkPrS_66LLg fue colgado el nueve de julio y al 11 de agosto ha sido visitado por 64 personas.

En este material tienen participación autoridades del ministerio, Juan Carlos Velásquez Coordinador del componente da a conocer la realización de este proyecto y los beneficios que ha proporcionado a las comunidades donde ha sido posible ejecutarlo.



El en documental las personas beneficiadas dan a conocer su experiencia, su historia y los cambios que han tenido empresarialmente hablando al haberse beneficiado con este proyecto.

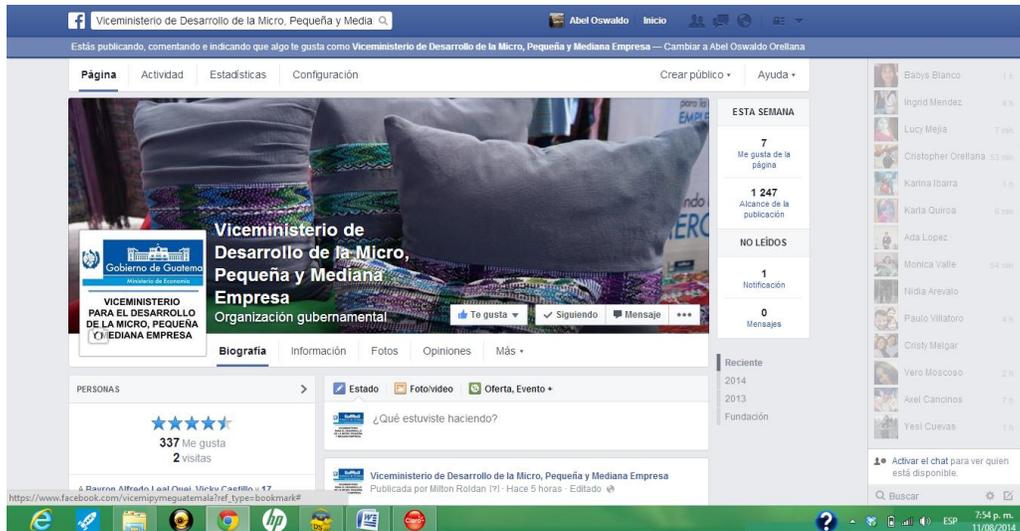


En este material video grafico se muestra el antes y el después de los productos tras haberse transformado al haber sido asistido técnicamente por expertos.

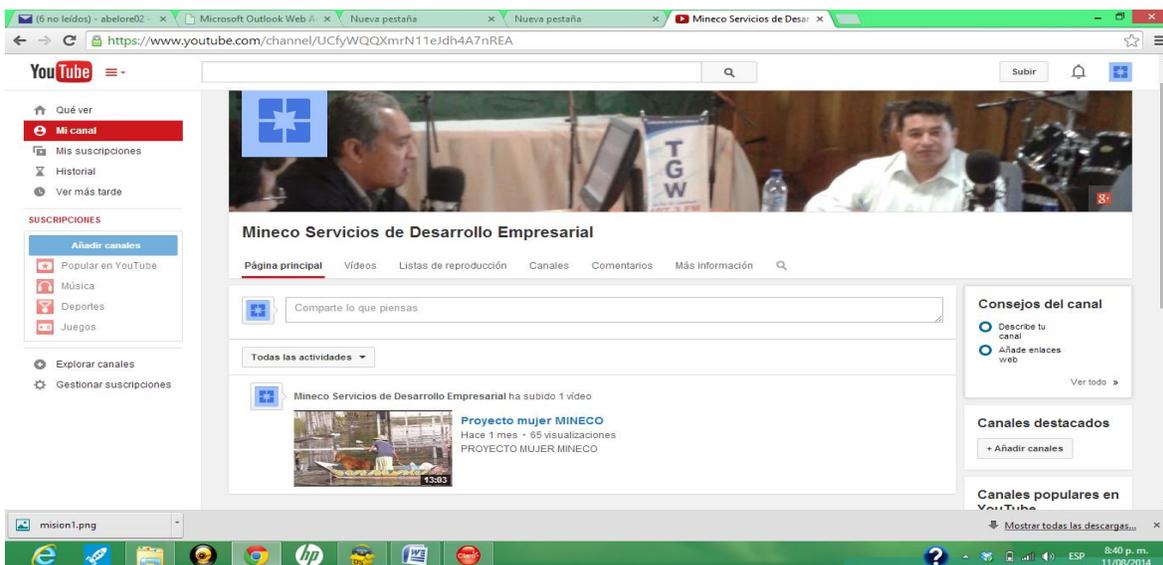


PRESENCIA EN LA WEB

Esta parte de la estrategia fue muy especial ya que por políticas de la institución no se permite tener cuentas adicionales a las oficiales, sin embargo se logró tener la administración en conjunto de las redes sociales para poder publicar las actividades que se hacen en el Componente de SDE en las paginas oficiales del Vice ministerio de desarrollo de la Mipyme.



Otro logro importante fue la creación de un canal en youtube el cual sirve para colgar el material audiovisual, además se sugirió grabar las capacitaciones para ser colgadas y replicadas por medio de la web.



CONCLUSIONES

Al realizar el presente trabajo se cumplió con el objetivo principal que era realizar una Estrategia de Comunicación sin presupuesto que permitiera mejorar la comunicación tanto externa como interna en El Componente de Servicios de Desarrollo Empresarial, poniendo en marcha las estrategias publico-publico y publico- privadas. Desde un inicio la estrategia contemplaba la creación de tres canales de comunicación (audio, video y escrito), además de mejorar la presencia en la web para promocionar el trabajo que se realiza en SDE.

Finalizado el diagnóstico nos dió a conocer la necesidad de contar con estos tres canales, además de establecer que no se contaba con recurso alguno para poder realizarla, de esa cuenta se procedió a buscar la estrategia de las alianzas.

Al poner en marcha el plan que pretendía la creación de los tres canales, nos dimos a la tarea de identificar a los aliados estratégicamente para que nos permitieran llevar a cabo.

En la tercera etapa de la estrategia, al poner en marcha el plan, los empleados, las autoridades y cooperantes se dieron cuenta de la importancia de los canales de comunicación ya que ha mejorado la comunicación y ha servido para que se conozca el trabajo que se hace en SDE.

El próximo paso es buscar la institucionalización de los canales y contar con presupuesto para la ampliación de la presente Estrategia de Comunicación.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se pueden dar en torno al presente trabajo es que el hecho de no contar con recursos se debe buscar alternativas, en este caso la opción que se busco fue implementar alianzas, lo que permitió que la estrategia fuera un éxito y se cumpliera con las expectativas.

Este modelo de estrategia pudiera hacerse tanto en el sector público como en la iniciativa privada ya que en una relación comercial cuando existe un gana-gana las empresas o las instituciones son anuentes a la cooperación mutua.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es que si la estrategia permite esta modalidad lo ideal es buscar financiamiento para no estar anclado a una alianza que se podría terminar en determinado tiempo.

E-GRAFÍA

Página Oficial Ministerio de Economía: Información General Mineco. –En Línea- (Consultado el 2-02-14). Disponible en:

<http://www.mineco.gob.gt/Presentacion/AcercaMinisterio.aspx>

Página Oficial Ministerio de Economía: Viceministerio de la Mipyme. –En Línea- (Consultado el 3-02-14). Disponible en:

<http://www.mineco.gob.gt/Presentacion/CrecimientoEmpresarial.aspx>

Página Oficial Ministerio de Economía: Viceministerio de la Mipyme. –En Línea- (Consultado el 5-02-14). Disponible en:

<http://www.mineco.gob.gt/Presentacion/CrecimientoEmpresarial.aspx>

Wikipedia: Metodología -En Línea- (Consultado el 8-02-14). Disponible en:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Metodolog%C3%ADa>

3º ESO: Método Científico: -En Línea- (Consultado el 10-02-14). Disponible en http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/

Página Oficial Ministerio de Economía: Viceministerio de la Mipyme. –En Línea- (Consultado el 12-02-14). Disponible en:

<http://www.mineco.gob.gt/Presentacion/CrecimientoEmpresarial.aspx>

Monografias.com: Descripción del proceso del método científico y aplicación de un caso hipotético: -En Línea-(Consultado el 13-02-14). Disponible en:http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/

Universidad nacional de Colombia sede Manizales: -en línea- (Consultado el 13-02-14).Disponible

en:<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4100002/lecciones/instrumentos/arbol.htm>

Freekip: Imagen de árbol: -En Línea- (Consultado el 14-02-14) Disponible en

http://www.freeipik.es/vector-gratis/arbol_515930.htm

BIBLIOGRAFÍA

Mirna Lissette Zeledón Franco Estrategia de Comunicación Organizacional de las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer . Guatemala- Universidad San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, 2012 de la 1 a la 15 p.

ANEXOS

Modelo de la encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta es para conocer el punto de vista de los empleados de SDE sobre la manera en la que actualmente se maneja la comunicación tanto externa e interna, se pretende con los resultados establecer una nueva estrategia de comunicación.

1. ¿Considera que cuenta con los suficientes medios y canales de información para estar enterado de lo que sucede en el Componente SDE?

Si la respuesta es positiva diga cuales

2. Como se puede mejorar la comunicación interna y externa en de SDE.

3. Que redes social utiliza para informarse y ser informado.

Facebook Twitter otro, cual

4.Cuál de estos medio de comunicación considera más eficientes para ser utilizados en SDE.

Radio Televisión Escrito otro, cual

5. La comunicación interna actualmente es:

Buena Regular Mala

6. La comunicación Externa actualmente es:

Buena Regular Mala

7. Desde su punto de vista que tan importante es la comunicación interna y externa en su área de trabajo.

8. Cree que se cuenta con el presupuesto necesario para realizar una estrategia de comunicación en SDE.

9. Cree usted necesaria la implementación de una estrategia de comunicación en SDE.

Porque si:

Porque no:

10. Le gustaría formar parte de uno de los canales de información que se pretende implementar en SDE.

De qué forma:

Extracto de Entrevista Coordinador General de SDE Juan Carlos Velázquez.

- Licenciado Velásquez buenas tardes. ¿Actualmente cómo se maneja la comunicación en el componente SDE?

- Buenas tardes Abel, actualmente lo tenemos estructurado por unidades, es decir dentro de la estructura de SDE está la coordinación general, que está dirigida por tu servidor Juan Carlos Velásquez, pero a partir de esos tenemos unas coordinaciones internas, que son la Unidad de Capacitación y Asistencia Técnica, la Unidad de Promoción y Vinculación, La Unidad de Cooperación Internacional y La Unidad de OVOP, un pueblo un producto, entonces esta coordinación envía la información a estas unidades y a su vez estas traslada la información a sus delegados.

Extracto Entrevista Coordinador General de las sedes regionales de SDE Eduardo López.

- Actualmente ¿cómo se maneja la comunicación interna y externa en el SDE?

- Tenemos dos vías, una escrita cuando viene la solicitudes de información, alguna de ellas ingresa directamente al despacho del viceministro, otras al despacho del Ministro y esto se canaliza a través de la coordinación de servicio dirección de desarrollo empresarial, si corresponde la atención por parte de alguna de las sedes regionales entonces se canaliza a mi persona, veo al área geográfica que corresponde, el tema al cual corresponde y de esa forma lo trasladamos vía electrónica, si tenemos documentos los trasladamos vía electrónica a la persona que corresponde, adicionalmente hacemos una llamada telefónica a donde corresponde para hacerles ver que documentos se les han transmitido, para que le puedan dar el seguimiento correspondiente.

CARTA DE ENTENDIMIENTO CELEBRADA ENTRE EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y LA DIRECCIÓN GENERAL DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN NACIONAL

Nosotros, **JACOBO REY SIGFRIDO LEE LEIVA**, de cuarenta y un años de edad, casado, Licenciado en Administración de Empresas, guatemalteco, de este domicilio, me identifico con Documento Personal de Identificación (DPI) con Código Único de Identificación (CUI) número dos mil setecientos (2700) diecinueve mil ochocientos sesenta y tres (19863) cero ciento uno (0101) Extendido en el Registro Nacional de las Personas (RENAP) República de Guatemala, Centroamérica, comparezco, actuando en mi calidad de Viceministro de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la República de Guatemala, calidad que acredito con el Acuerdo Gubernativo número cuatro (4) de fecha dieciocho (18) de enero del año dos mil doce (2012) y al Acta Número cincuenta y seis (56) de fecha diecinueve (19) de enero del año dos mil doce (2012) el cual en subsiguiente podrá denominarse simplemente como Mineco, con domicilio legal en 8ª. Avenida 10-43 zona uno Ciudad de Guatemala; y **JUAN JOSÉ RÍOS GUZMÁN** en calidad de **DIRECTOR DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN NACIONAL**, entidad que en subsiguiente también podrá denominarse TGW , con domicilio legal en 18 calle 6-72 zona 1 Ciudad de Guatemala.

DECLARANDO:

Nuestra intención de trabajar de manera conjunta, con el fin de fortalecer en el ejercicio del derecho de toda persona de participar libremente en la vida cultural, a la comunidad, así como beneficiarse del progreso científico y tecnológico de nación.

DECLARANDO:

Que para el desarrollo económico nacional es necesario estimular la plena utilización de la capacidad productiva de todos los guatemaltecos, sus cualidades innovadoras y espíritu de superación a través del apoyo a las Microempresas, Pequeñas y Medianas empresas de Guatemala, en materia de capacitación e inducción para una mejor operatividad.

RECONOCIENDO:

El carácter, la personalidad y la representación con que comparecemos, convenimos suscribir la presente Carta de Entendimiento conforme a los puntos siguientes: