

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



Estrategias que contribuyen con los canales de información en el Departamento de Comunicación  
de AGEXPORT

**Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Marlen Cristina Santiago López**

**200721779**

Previo a optar el título de

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre del 2019

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

**Representantes Estudiantiles:**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



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

Guatemala, 7 de Octubre del 2019

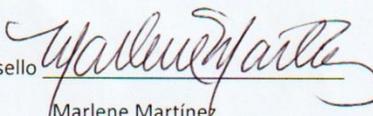
M.A. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **Marlen Cristina Santiago López** con número de carné: **200721779** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Comunicación** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 20 de mayo al 19 de junio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "estrategias que contribuyen con los canales de información en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: AGEXPORT.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

Firma y sello   
Marlene Martínez  
Gerente de Comunicación



**AGEXPORT**  
GUATEMALA  
15 Ave. 14-72, Zona 13  
Tel: 2422-3400  
www.export.com.gt



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



Guatemala, 15 de octubre de 2019

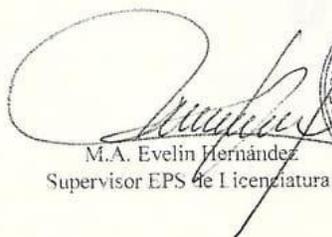
Estudiante  
Marlen Cristina Santiago López  
Carné: 200721779  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

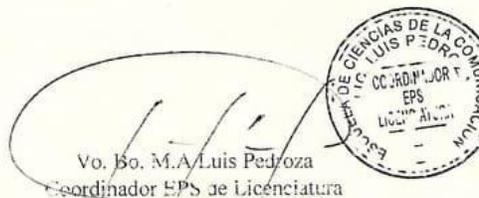
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título **“Estrategias que contribuyen con los canales de información en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

“ID Y ENSEÑAN A TODOS”

  
M.A. Evelin Hernández  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Vo. Bo. M.A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12. Teléfono: (502) 2418-8920 Telefax: (502) 2418-8910

## **DEDICATORIA:**

- A Dios:** por permitirme culminar este momento tan especial en mi vida.
- A mi madre:** Aleyda Eugenia López Mejía, por ser el cimiento de mi vida, el ejemplo de lucha, de fe para lograr los propósitos, me has enseñado a no rendirme y cumplir mis metas de vida. Te lo debo todo y agradezco lo que has logrado para mí, para que yo sea una persona de bien. Te amo.
- A mi padre:** Victor Hugo Santiago Aguilar, por siempre estar presente en mi vida, por quererme, protegerme, por pensar en mí, apoyarme a crecer y ayudarme a valerme por mí misma. Te amo.
- A mi hermano:** Victor Hugo Santiago López, por ser mi apoyo, mi amigo, sé que siempre estaremos el uno para el otro. Has sido un gran ejemplo, nunca te rindes, siempre cumple sus propósitos y los alcanza con éxito. Se que lo que te propongas lo vas a cumplir. Te amo.
- A Anthony:** tú me has acompañado en muchas aventuras, te agradezco por cada día juntos, por ser mi amigo, mi apoyo y por alentarme a siempre ser la mejor. Mis palabras son cortas, pero, sabes lo mucho que significan. Ese también es tu logro. Te amo.
- A mis tíos:** Doris López, Oswaldo Pomar, Susell López por su ayuda y amor.
- Imperio Sound:** Por ser el fruto del esfuerzo que hay entre el estudio y el trabajo. Este negocio se formó con mucho sacrificio, dedicación, amor y fe.
- A los artistas:** un gran agradecimiento por su comprensión en esta etapa de universidad. este es el resultado de ese apoyo y respaldo que ustedes nos brindaron, salir de clases y correr a trabajar rindió sus frutos, muchas gracias.

## **AGRADECIMIENTO:**

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi alma mater y por darme la oportunidad de forjarme como profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por darme la oportunidad de aprender, conocer, convivir con buenos compañeros, alentándonos, motivándonos y haciéndonos mejorar como profesionales.

Al **MSC. LUIS PEDROZA**, por brindarme su apoyo incondicional en este proyecto, tuve la suerte de poder tenerlo en mi terna del examen técnico y de licenciatura. Agradezco sus consejos y su tiempo.

Al **DIRECTOR SERGIO MORATAYA**, por alentar a los estudiantes a culminar una carrera.

A la **MSC. EVELIN HERNANDEZ**, por su guía, su paciencia, su apoyo, su dedicación, su profesionalismo y detalle en ayudarme a la culminación de mi informe para optar a la licenciatura.

A **EDGAR ANTONIO DUARTE**, por ser un mi amigo y apoyarme en el transcurso de la carrera. Te debo toda la ayuda que me brindaste. Muchas gracias por todo.

A **MIS COMPAÑEROS**, esos en los que encontré una buena amistad.

A **MIS LICENCIADOS**, los que se ganaron mi admiración por su dedicación, sus enseñanzas, su profesionalismo en sus cátedras. Los quiero mucho.

A la Licenciada Marlene Martínez, Jennifer Fuentes, Andrea Vides, Pablo Coyoy y demás integrantes de **AGEXPORT** con los que compartí en mis prácticas supervisadas. Les agradezco todas sus enseñanzas y su confianza en el trabajo que realicé para ustedes en esa institución.

## Resumen

Nombre de la institución:

AGEXPORT, Asociación Guatemalteca de Exportadores.

Nombre del proyecto:

“Estrategias que contribuyen con los canales de información en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT”

Objetivo general:

Optimizar la comunicación externa en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT.

Objetivos específicos:

- Aportar material que agilice las actividades de comunicación externa dentro del departamento de comunicación según sus necesidades.
- Facilitar información a los canales de comunicación externa de AGEXPORT, apoyando a través de sus herramientas como lo es AGEXPORT HOY Y AGEXPORT DATA.
- Descubrir el proceso de comunicación interna que lleva a cabo en recursos humanos, explorando sus herramientas de implementación para mejorar el clima laboral de la institución.

Sinopsis:

A continuación, se presenta un proyecto realizado en tres diferentes partes: diagnóstico, plan y ejecución del proyecto: “Estrategias que contribuyen con los canales de información en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT”, en el cual se incluye la elaboración del FODA como apoyo en el trabajo que se ha realizado y así implementar los puntos clave de los cuales se realizaron distintas estrategias y acciones.

## **Introducción**

En el ejercicio de prácticas supervisadas en AGEXPORT, se aportó a la entidad estrategias y análisis que ayudaron al manejo de conferencias de prensa, estrategias de comunicación, foros, debates, noticias en el periódico digital de la institución, relaciones públicas, entre otros, debido a que AGEXPORT maneja a nivel nacional proyectos que ayudan a la sociedad a entender mejor los diversos temas no solo sobre exportación sino, toman un rol importante para la información a la sociedad sobre los acontecimientos de interés Nacional.

AGEXPORT, es una institución sin fines de lucro que amplía la oferta de productos y servicios guatemaltecos que se comercializan en mercados internacionales, mediante diseño y ejecución de servicios de capacitación, asistencia técnica y promoción comercial que incrementan la competitividad del sector exportador. (Recuperado de <http://export.com.gt> 29/01/2019)

Se obtuvieron resultados positivos y satisfactorios, que consolidaron las herramientas necesarias de apoyo a los miembros del departamento de comunicación de AGEXPORT a agilizar sus diversos eventos con el objetivo de favorecer el desarrollo del proceso comunicativo.

Se desarrollaron seis estrategias que se fueron implementando de acuerdo a la necesidad y la importancia de las actividades realizadas (estas se describirán en las estrategias), además, se colaboró en: entrevistas para Data Export, realización de grabaciones para AGEXPRO- U, conferencias de prensa, L.I.F.E 2019, Encuentro tecnológico 2019, fotografía de diversas actividades, videos para archivos de los eventos de AGEXPORT, 9na. Edición del programa de liderazgo empresarial, foro sobre el acuerdo gubernativo de la OIT, 2da. Feria de empleo de Contact center, panel con analistas políticos, entre otros

## **Justificación**

A continuación, se presenta un plan de comunicación que se trabajó para contribuir con diversos acontecimientos en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT.

Este departamento está encargado de realizar tareas como: mantener un lazo fuerte y cercano con los medios de comunicación, realizar notas periodísticas de las actividades de la institución, así como notas en relación con temas de interés Nacional, informar a través de la revista Data Export, monitoreo de notas periodísticas Nacionales e Internacionales, relaciones públicas, creación de comunicados, conferencias de prensa, entre otros.

Se presentan algunas estrategias con sus acciones incluidas que cooperaron con los procesos de comunicación en dicho departamento, estos ayudaron a respaldar diversas actividades y colaborar en agilizar los resultados, obtener logros y nuevas ideas que se podrán implementar a través de estos materiales realizados.

La idea principal del planteamiento, además de poner en práctica todo conocimiento aprendido, es de contribuir con el trabajo del departamento de comunicación con aportes que dejen un antecedente, así como, aprender nuevas herramientas que beneficien y se puedan ejecutar dentro de este departamento.

## ÍNDICE

<b>Resumen</b>	.....	<b>I</b>
<b>Introducción</b>	.....	<b>II</b>
<b>Justificación</b>	.....	<b>III</b>

### CAPITULO 1

1. Diagnóstico.....	1
1.1 Objetivos del diagnostico.....	1
<u>1.1.1.</u> Objetivo General: .....	1
<u>1.1.2.</u> Objetivos Específicos: .....	1
1.2 La Institución .....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica: .....	1
1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes e Historia: .....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias:.....	5
1.2.5. Misión: .....	11
1.2.6. Visión:.....	11
1.2.7. Objetivos Institucionales:.....	11
1.2.8. Organigrama .....	12
1.3. Metodología .....	15
1.3.1. Descripción del Método:.....	15
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	16
1.3.3. Cronograma del diagnóstico .....	17

1.4. Recopilación de datos .....	18
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las Encuesta .....	18
1.4.2. Radiografía de la institución .....	23

## **CAPITULO 2**

2. plan de comunicación .....	24
2.1. Antecedentes comunicacionales .....	24
2.2. Objetivos de comunicación.....	28
2.2.1. Objetivo general.....	28
2.2.2. Objetivos específicos .....	28
2.3. Público objetivo .....	28
2.4. Mensaje.....	28
2.5. Estrategias .....	29
2.6. Acciones de comunicación .....	30

## **CAPITULO 3**

3. Informe de ejecución .....	33
3.1. Proyecto desarrollado .....	33
3.1.1. Financiamiento.....	33
3.1.2 Presupuesto .....	33
3.1.3. Beneficiarios .....	33
3.1.4. Recursos Humanos.....	34
3.1.5. Áreas geográficas de acción.....	34

3.2. Estrategia y acciones desarrolladas.....	35
3.3. Cronograma de actividades.....	103
3.4. Control y seguimiento.....	104
Conclusiones.....	106
Recomendaciones .....	106
Glosario de términos.....	107
Bibliografía:.....	109
Egrafía: .....	109
Anexos .....	110

## CAPITULO I

### 1. Diagnóstico

#### 1.1 Objetivos del diagnostico

##### 1.1.1. Objetivo General:

Presentar un diagnóstico de comunicación interna y externa de AGEXPORT.

##### 1.1.2. Objetivos Específicos:

- 1) Evaluar los canales de comunicación con los que cuenta AGEXPORT.
- 2) Analizar los procesos comunicativos.

#### 1.2 La Institución: AGEXPORT, Asociación Guatemalteca de Exportadores.

##### 1.2.1. Ubicación Geográfica: 15 avenida 14 – 72 zona 13, Ciudad de Guatemala, Guatemala

##### 1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas:

- Embajadas acreditadas en Guatemala
- Universidades
- Organismos y entidades internacionales
- Instituto Guatemalteco de turismo
- Ministerio de Economía
- Ministerio de Cultura y Deporte
- Superintendencia de Administración Tributaria
- Programa Nacional de Competitividad
- Ministerio de Agricultura, ganadería y Alimentación
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
- Ministerio de Gobernación
- Intecap

### 1.2.3. Antecedentes e Historia:

Historia: Según cuentan los testigos de la época, la gremial de exportadores de productos no tradicionales, que fue el nombre con que se creó AGEXPORT, se inició cuando un grupo de empresarios visionarios se dieron cuenta que no existía en el sector privado organización alguna que se interesara directamente y promoviera las exportaciones de productos no tradicionales. Si lo había, en cambio, para las exportaciones de productos tradicionales como el café, azúcar, banano, algodón, entre otros.

Con ese convencimiento y con el propósito de agrupar en una institución a empresarios que tuvieran un interés común, el de exportar, se creó dicha gremial, adscrita a la cámara de industria de Guatemala, y que posteriormente se convirtió en AGEXPORT, como entidad líder en la promoción de las exportaciones no tradicionales de Guatemala, así como en un gran soporte para los productos de dichos bienes, especialmente para aquellos que pretenden colocar sus productos fuera de Guatemala y que necesitan la asistencia y asesoría para lograr ese propósito.

Sin embargo, AGEXPORT ha funcionado con la idea, no deliberadamente, que las exportaciones necesitan promoverse y los productos necesitan ayuda para exportar solamente cuando se venden fuera de Centroamérica. Por ello, siempre ha estado presente en las negociaciones comerciales que ha realizado Guatemala con otros países, pero no ha tenido la misma presencia cuando Guatemala ha participado en el mercado común centroamericano.

Esta circunstancia alcanza más relevancia cuando se tiene evidencias que Centroamérica es el segundo mercado, después de Estados Unidos para las exportaciones de Guatemala con el agregado que a Centroamérica no exportan productos tradicionales, sino solamente aquellos para cuya promoción y atención se creó AGEXPORT.

Demostrada la importancia que el mercado centroamericano tiene para la producción guatemalteca, es procedente actuar en consecuencia, preocuparse porque las condiciones en que la producción de nuestro país ingresa a dicho mercado sean las mejores, así como coadyuvar en los esfuerzos porque el tamaño de ese mercado sea mayor.

Siendo AGEXPORT la entidad del sector privado que atiende el sector de las exportaciones de productos no tradicionales, sería coherente con lo anterior que establezca una unidad especializada que se dedique a todo lo que se relaciona con la integración económica centroamericana y que tenga incidencia en el progreso de los exportadores guatemaltecos. (Recuperado de <https://dataexport.com.gt>)

Antecedentes: En Guatemala siempre ha existido un movimiento en pro de las exportaciones, pero hasta el año 1986, los trámites necesarios se hacían de una manera muy engorrosa y burocrática. Un grupo consciente de la necesidad de mejorar estos trámites a fin de hacer más viable el comercio internacional, en el año 1986 solicitó al Gobierno de Guatemala, a través del Ministerio de Economía, su apoyo para unir físicamente todas las instituciones públicas y privadas participantes en el proceso exportador.

Posteriormente y siempre con el fin de mantener la facilidad en cuanto a los trámites de exportación. En 1998, el Ministerio de Economía a través del acuerdo 575-98, delegó a AGEXPORT la función de dicha ventanilla. Se modernizó y se puso en marcha el sistema electrónico de autorización de (SEADEx).

En la base legal que afecta a la ventanilla única está el acuerdo 142-2001, el cual debido a la ley de desconcentración de divisas (acuerdo 94-200), elimina la licencia de exportación. Se creó el actual documento declaración para registro y control de exportaciones (DEPREX).

La Constitución de la República de Guatemala establece entre otras, como obligaciones fundamentales del Estado la promoción del desarrollo ordenado y eficiente del comercio exterior del país, así como crear las condiciones adecuadas para promover la inversión de capitales nacionales y extranjeros. A efecto de cumplir con este objetivo, el Congreso de la República emitió en 1989 el decreto 29 -89, la Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila.

Esa normativa establece que la Dirección General de Aduanas, es el órgano competente quien llevará el control de las operaciones de importación, exportación y reexportación de las empresas amparadas bajo el decreto, a través del Sistema Integrado de Operación de los Regímenes de perfeccionamiento activo.

Con el objetivo de simplificar y agilizar las operaciones aduaneras de importación y exportación realizada por las empresas amparadas al decreto 29-89, en 1997, la Dirección General de Aduanas delega en la Asociación Gremial de Exportadores de productos no Tradicionales, AGEXPRONT, bajo el acuerdo gubernativo 12-97, el control operativo de las empresas 29-89, creándose así la OPA.

#### 1.2.4. Departamentos o dependencias:

- Junta Directiva: es un órgano administrativo, cuyo propósito es tomar las decisiones necesarias para que la empresa cumpla con los objetivos de los proyectos.
- Director general: encargado de formular planes, estrategias y programas de desarrollo institucional que permitan alcanzar el objetivo de formar investigadores especialistas a nivel de posgrado y expertos en diversas disciplinas científicas y tecnológicas, así como la realización de investigación básica y aplicada de carácter científico y tecnológico.
- Contralor General: encargado de velar por los gastos públicos y privados.
- Gerente de Recursos Humanos: Su función estratégica es el fortalecimiento de la cultura organizacional y la promoción de un buen clima laboral, así como, atraer y desarrollar talento humano para el logro de los objetivos del área.
- Asesor I+D+I : innovación, desarrollo, Investigación.
- Coordinador OSM: ayudar a gestionar de manera eficaz los procesos estratégicos y de mayor impacto en la prestación de los servicios de la asociación.
  
- Director de Servicio al exportador: es la ventanilla que ayuda y da todo proceso de trámites a los emprendedores y empresarios dedicados a la exportación.
- Gerente Informática: Se enfoca en ser un departamento proveedor de servicios tecnológicos y asesorías internas dentro de AGEXPORT.
- Gerente SEADEx y regímenes: administrar a los exportadores guatemaltecos una herramienta versátil en donde puedan obtener sus documentos de exportación y permisos relacionados en una plataforma.
- Gerente ECE: se trata del departamento de la “Escuela de Comercio Exterior”. Se encargan de verificar y realizar programas concretos, prácticos y actualizados que enseñan a exportar.
- Gerente de comercialización y SAC (servicio al cliente): asegura el cumplimiento de la imagen institucional y ofrece atención de primer nivel a sus asociados.

- ❑ Director de Relaciones Institucionales: mantiene relación y comunicación institucional con actores públicos y privados de la sociedad, así como, con medios informativos para incidir en la aprobación de políticas públicas que buscan mejorar la competitividad y desarrollo de la exportadora.
- ❑ Gerente de Comunicación: Trabajar la imagen institucional en la opinión pública, contribuir al posicionamiento de los sectores de exportación, contribuir a la identificación de nuevos líderes empresariales y facilitar el proceso de transmisión de la cultura AGEXPORT.
- ❑ Gerente Administrativo: es el responsable de la administración presupuestaria, la administración de los recursos humanos y la administración de materiales y servicios generales, incluyendo las funciones de compras y suministros y de administración y custodia de los bienes a su cargo.
- ❑ Jefe contabilidad proyectos: lleva a cabo la administración financiera de los proyectos de la institución.
- ❑ Jefe de Contabilidad -contador general-: recaen obligaciones como planeación, organización, evaluación y dirección de la situación financiera y contable dentro de la institución.
- ❑ Jefe de Cobros y Tesorería: debe de organizar y gestionar las acciones relacionadas con operaciones de flujo monetario o de caja. incluye: cobros por actividades de la institución, los pagos a proveedores, las gestiones bancarias y cualquier otro movimiento de la caja de AGEXPORT.
- ❑ Jefe de Compras AGEXPORT: Se encarga de mantener abastecido de materia prima a la institución.
- ❑ Jefe de Servicios generales: es el encargado del pago de los servicios generales que se manejan dentro de la institución.

- ❑ Gerente de Competitividad País Sector exportador: es el brazo estratégico de AGEXPORT. encargado de promover proyectos y un marco regulatorio que mejoren el clima de negocio y faciliten la competitividad del país en el beneficio del sector exportador.
- ❑ Jefe de Competitividad y acceso a Mercados: Ayudar a promover los proyectos de desarrollo de mercados e eficacia de la competitividad.
- ❑ Gerente desarrollo de Mercados y promoción Comercial: se encarga de desarrollar nuevos mercados, mayores contactos de negocios y eventos nacionales e internacionales para que los asociados tengan mayores oportunidades en sus mercados metas.
- ❑ Jefe Consejos de exportación y comercio: se encarga de ver las estadísticas y los mercados en crecimiento para generar mayores oportunidades de negocios.
- ❑ Jefe desarrollo de proyectos: Visualiza e implementar estrategias que apoyarán al empresario a tener nuevas oportunidades en un mercado internacional.
- ❑ Jefe de Desarrollo e Investigación de Mercados: Analiza, investiga e identifica nuevas oportunidades de negocio en el mercado internacional.
- ❑ Jefe de Gestión y monitoreo de negocios e imagen: crear planes de desarrollo para el crecimiento de las empresas asociadas.
  
- ❑ Gerente de Desarrollo Rural Integral (Cooperación): proyectar una asociación gremial de exportadores con una visión incluyente que promueve la competitividad económica, social
- ❑ Jefe Administrativo Financiero: optimizar el proceso de compras, tener un control de cuentas, emisión de facturas.
  
- ❑ Gerente de Cooperación Institucional:
- ❑ Coordinador Proyecto al-invest: vela porque los proyectos de la Unión Europea se lleven a cabo de acuerdo con los acuerdos establecidos con la institución.

- ❑ Gerente del Sector de Manufacturas: apoyar a los empresarios a consolidar la cadena de valor para que puedan acceder a nuevos mercados.
- ❑ Ejecutivo de Artesanías: Apoyar a los empresarios a mejorar sus capacidades técnicas, administrativas y financieras de representatividad y comunicación.
- ❑ Ejecutivo de cosméticos: mantener la funcionalidad de los productos que permitan un aporte a la salud y el bienestar.
- ❑ Ejecutivo de COFAMA (comisión de muebles, madera y sus productos): ser facilitador en la internacionalización de los productos y servicios de sus asociados. atender a sus asociados bajo tres ejes estratégicos: desarrollo de mercados, desarrollo empresarial, representatividad.
- ❑ Ejecutivo de manufacturas: Su enfoque es brindar a los exportadores servicios que les permitan incrementar su competitividad y generar negocios de exportación. Para ellos se busca fortalecer los servicios a los asociados en temas de desarrollo de mercados, innovaciones de productos y procesos, buenas prácticas de manufacturas, productividad, sostenibilidad, así como incidencia en temas de interés de los exportadores para generar una plataforma adecuada de exportación.
- ❑ Ejecutivo de Alimentos: su enfoque es el acompañamiento y fortalecimiento de las estrategias de internacionalización de las empresas del sector.
- ❑ Ejecutivo de Plástico: Hacer énfasis en las actividades de responsabilidad social empresarial, responsabilidad ambiental empresarial, a través de eventos que buscan orientar a los ciudadanos sobre las iniciativas más innovadoras en temas ambientales, identificar acciones a favor del entorno ecológico, generar conciencia y responsabilidad ambiental, formar el desarrollo de ideas de negocios emprendedoras y fomentar el emprendimiento verde.

- ❑ Gerente del Sector de Servicios: desarrollar actividades relacionadas a la promoción comercial, acceso a mercados, eventos de networking, formación empresarial, estudios de mercado, que permitan fortalecer a los empresarios para su internacionalización.
- ❑ Ejecutivo de Turismo y Salud: lograr el desarrollo de la representatividad y visibilidad del sector para la exportación de servicios de salud y así contribuir en el sector de turismo y bienestar.
- ❑ Ejecutivo de Laboratorios: Prestar servicios de medición de impactos, ambientales, calidad de agua, control de calidad de materias primas, procesos o productos terminados o servicios médicos y cumplimiento en temas de responsabilidad social empresarial y gestión de recursos.
- ❑ Ejecutivo de SIEX (servicios integrados para la exportación): Velar por la representatividad de los asociados e identificar/desarrollar actividades para promover la vinculación de las empresas proveedoras de servicio con los sectores de exportación.
- ❑ Ejecutivo de ICREA (industria creativa): promueve la generación de oportunidades de negocios, promueve y desarrolla recurso humano con competencias globales, acorde a las necesidades de la industria, eleva la competitividad del sector y del país como fuentes de proveedores de servicio.
- ❑ Ejecutivo SOFEX (software de exportación) y Digital GT: Desarrolladores de software, de contenido digital, marketing digital, representantes de soluciones tecnológicas, proveedores de servicios de internet y de la nube.
- ❑ Ejecutivo de Turismo Sostenible: busca apoyar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, además, de fomentar la cultura turística en la población guatemalteca y la promoción de la inversión como elemento diferenciador de servicios.

- ❑ Gerente de Sector Agrícola: ayudar a fortalecer al sector agrícola exportador a través de la creación de unidades e implementación de programas que faciliten el crecimiento de los negocios de exportación de los socios y contribuyan a aumentar la oferta de exportación a través de la incorporación de nuevos socios.
- ❑ Ejecutivo de Arveja China: Se enfoca a promover la implementación de sistemas de gestión de calidad, cumplimiento de las buenas prácticas en los procesos de producción y valor agregado, cumplimiento de las normativas sanitarias y fitosanitarias a nivel nacional como internacional, investigación agrícola y participación en eventos de promoción comercial.
- ❑ Ejecutivo de Apícola: impulsar la competitividad de la apicultura.
- ❑ Ejecutivo de Frutas: Ayuda y representa al sector en diferentes eventos, ferias nacionales e internacionales, facilitando la participación de empresas individuales.
- ❑ Ejecutivo de cafés Diferenciados: atender a caficultores e industrializadores de café.
- ❑ Ejecutivo de cardamomo: Tratar de mantener al día las certificaciones internacionales debido a la importancia que tiene este grano para el país.
- ❑ Ejecutivo de plantas Ornamentales: apoya las campañas nacionales de relaciones públicas, las cuales están designadas a promover las plantas ornamentales, follajes y flores para los consumidores, tanto nacionales como internacionales.
  
- ❑ Gerente Sector Contact Center y BPO: Supervisa los servicios de atención al cliente, finanzas, logística, recursos humanos, y servicio de conocimiento para diversidad de verticales, esto quiere decir, banca, finanza, seguros, telecomunicaciones,
- ❑ Gerente de Gestión de talento: encargado de reunir las características ideales del servicio a la atención al cliente.
- ❑ Coordinador Administrativo: coordina las actividades que se realizan en el sector de BPO y Contact Center.

- ❑ Gerente Sector Pesca y Acuicultura: Impulsar el desarrollo responsable y sostenible de la acuicultura y pesca; aumentar y facilitar las exportaciones de sus productos.
  
- ❑ Gerente de VESTEX (vestuario y textiles): Promueve las exportaciones de la industria y crea servicios y asesoría de temas específicos de interés para los empresarios a los cuales pueden tener acceso sus socios.

#### 1.2.5. Misión:

Hacer de Guatemala un país Exportador.

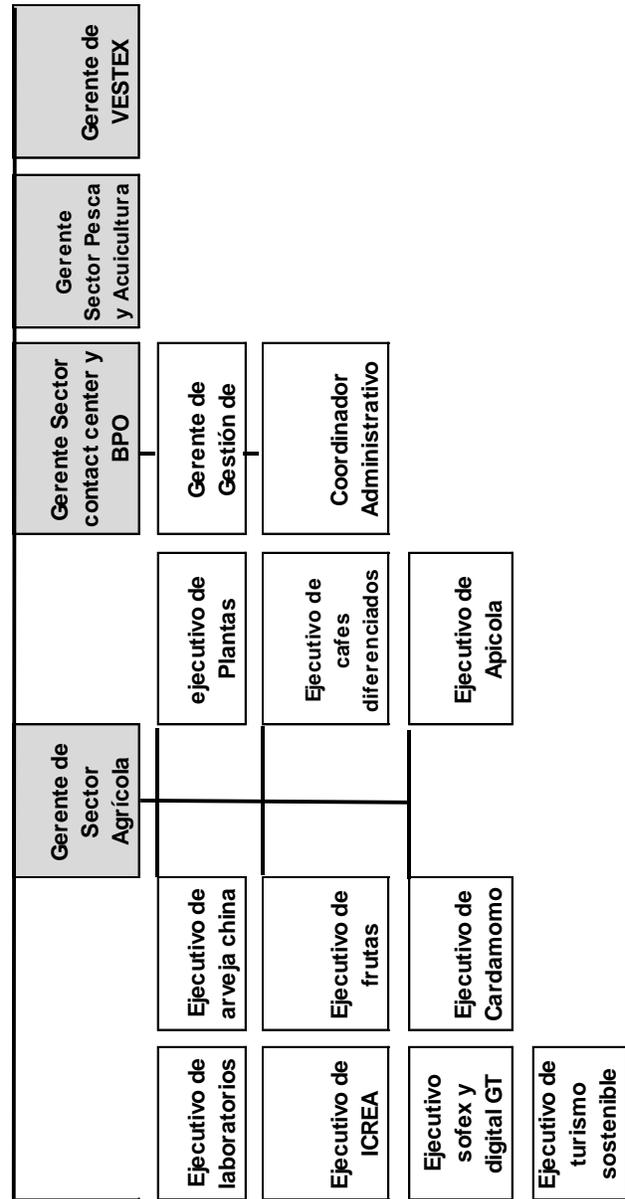
#### 1.2.6. Visión:

Promovemos el crecimiento de las exportaciones contribuyendo así al desarrollo económico sustentable

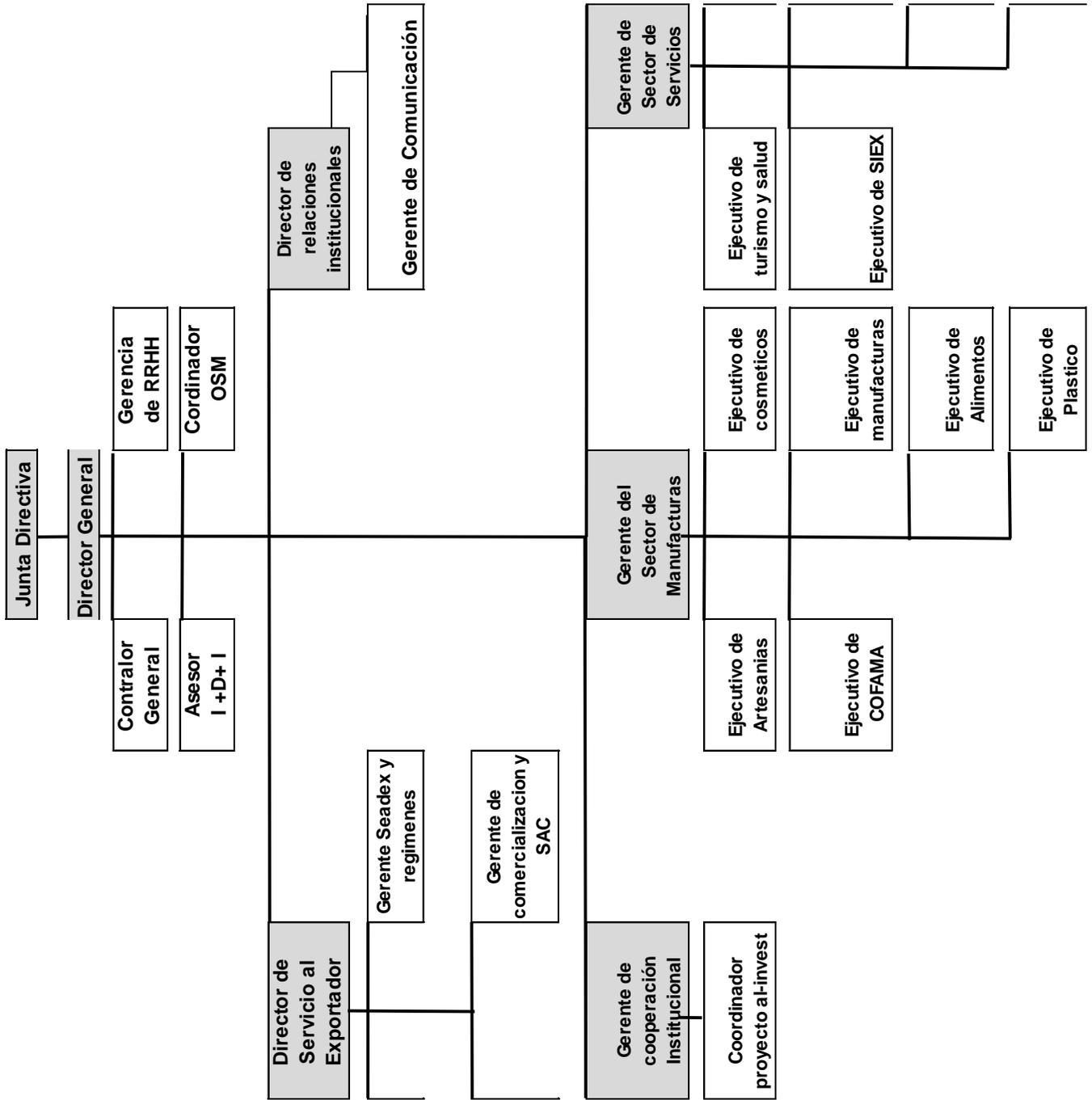
#### 1.2.7. Objetivos Institucionales:

Aportar al crecimiento de las exportaciones implementando procesos y promoviendo iniciativas para que empresarios y emprendedores exporten con herramientas que les permita innovar, formar profesionales y entrar a nuevos mercados.

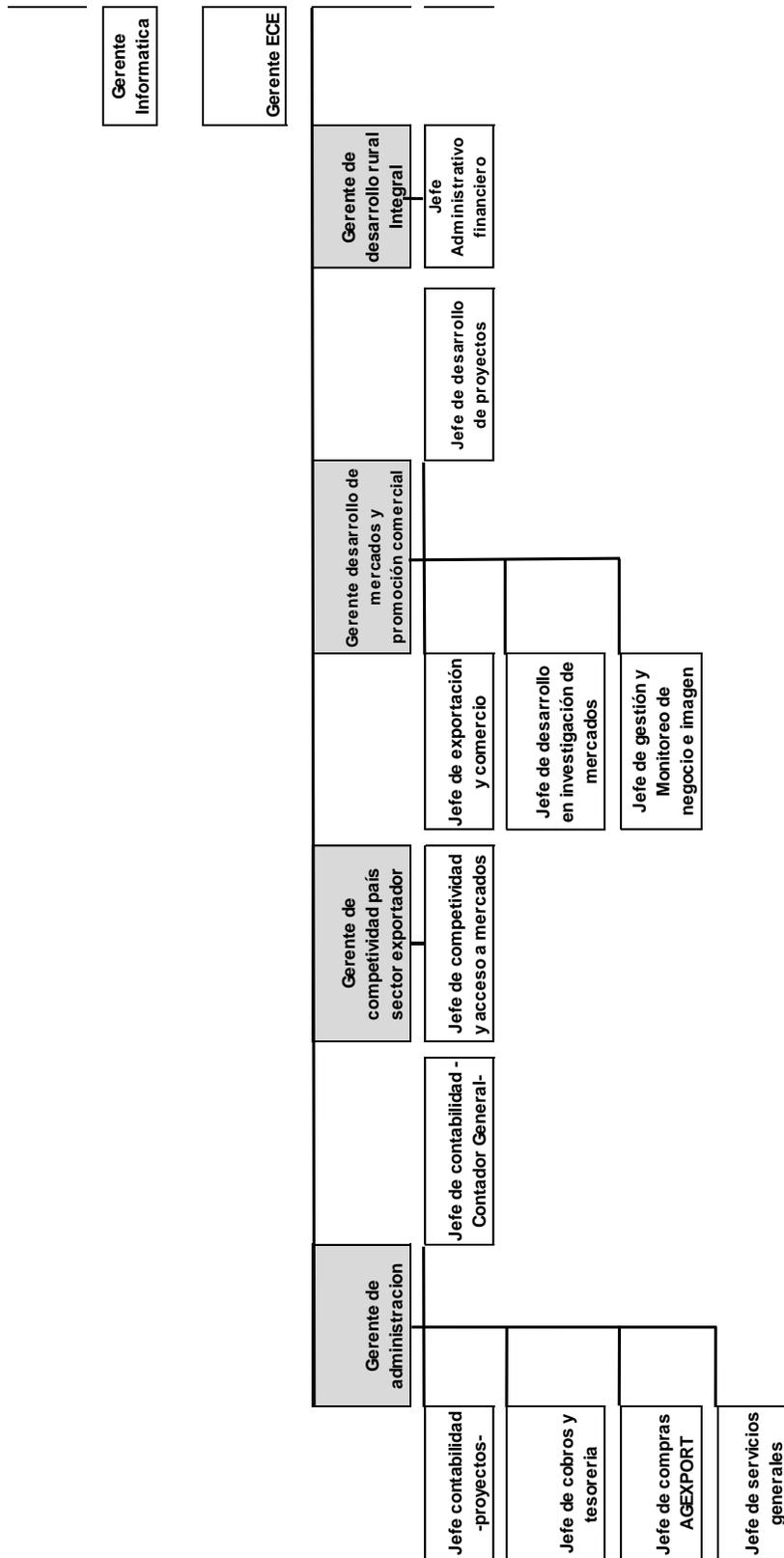
### 1.2.8. Organigrama



Fuente: AGEXPORT, 2017



Fuente: AGEXPORT, 2017



Fuente: AGEXPORT, 2017

### 1.3. Metodología

#### 1.3.1. Descripción del Método:

La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo y se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través, de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas. Este método basa su investigación con intención de obtener resultados que permitan hacer generalizaciones. (Bryman, 2004:19)

Este método, está basado en el pensamiento de autores como Max Weber. Es inductivo, lo que implica que utilizar la recolección de datos para finar las preguntas de investigación revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2004:7)

El método cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede brincar o eludir algún paso. El orden es riguroso, aunque, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose, una vez delimitada, se derivan objetos y preguntas de investigación y se construye una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas y se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se extraen una serie de conclusiones.

Debe ser lo más objetivo posible. Los fenómenos que se observan o miden no deben ser afectados por el investigador, quien debe evitar en lo posible que sus temores, creencias, deseos y tendencias influyan en los resultados del estudio o interfieran en los procesos y que tampoco sean alterados por las tendencias de otros. (Sampieri, 2014: 39)

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

a) **Observación:** el proceso de conocimiento científico se inicia en la observación, entendida esta no como el simple acto de ver, sino como un proceso selectivo mediante el cual el investigador delimita intencionalmente los aspectos relativos al problema sobre los cuales va a fijar su atención. La observación científica se realiza de una forma racional y estructurada atendiendo a objetivos previamente formulados y mediante el uso de las técnicas e instrumentos más adecuados al tipo de información que se desea recolectar.

Según Monje Álvarez (2011:95) “Los resultados de la observación están determinado por el marco teórico o de referencia que adopte el investigador, es decir, un mismo fenómeno puede conllevar a observación y explicaciones diferentes de acuerdo con el modelo teórico en que se fundamenta el investigador”.

Se utilizará esta técnica con el propósito de obtener información sobre las diferentes estrategias que se llevarán a cabo en los eventos en los que se colaborará, con la finalidad de poder facilitar alguna de estas en el transcurso de su ejecución.

b) **La encuesta:** obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas ya sea personales, telefónicas o por correo. (Richard L. 2002:229).

Según Vázquez y bello (2005:96) “la encuesta es un instrumento de investigación descriptiva que precisa identificar las preguntas realizadas, las personas seleccionadas en una muestra representativa de una población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”.

**Muestra casual o incidental:** se trata del proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento, el utilizar como muestra a los individuos a los que se tiene fácil acceso.

### 1.3.3. Cronograma del diagnóstico

#### Cronograma de Diagnóstico

ACTIVIDAD	ENERO																																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44					
Primera fase: diagnóstico de comunicación. fase prope deútica presencial				X																																													
Entrevista en Agesport						X																																											
Entrega de formulario de solicitud para EPS					X																																												
Entrega de informe fase Diagnóstica							X																																										
Segunda fase: plan de comunicación																																																	
entrega de informe fase plan de comunicación																																																	
Tercera fase: ejecución de la práctica e informe de ejecución																																																	
Entrega de informe de ejecución																																																	
cuarta fase: informe final																																																	
Quinta fase: examen privado																																																	

## 1.4. Recopilación de datos

### 1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las Encuesta

**Gráfica 1**



Fuente: Marlen Cristina Santiago

#### **Interpretación**

En la pregunta #1: ¿qué es comunicación interna?, las personas encuestadas coincidieron en los siguientes resultados: aumenta la productividad, ayuda al clima laboral, busca soluciones y ayuda a identificarse con la institución, como los instrumentos principales de la comunicación interna.

**Gráfica 2**



Fuente: Marlen Cristina Santiago

**Interpretación**

En la pregunta #2: ¿Sabe cuáles son las herramientas de comunicación interna que se implementan en su departamento?, tuvo como mayor resultado los siguientes resultados: correo interno, manuales de integración, celebración de cumpleaños, intranet y cartelera como las herramientas más comunes de comunicación interna.

**Gráfica 3**



Fuente: Marlen Cristina Santiago

**Interpretación**

En la pregunta #3: A nivel institucional ¿cree que funciona el método de comunicación entre los empleados? En un 90% por ciento, coinciden en que el método de comunicación interna es efectivo y en un 10% podrían mejorar cuestiones de comunicación entre empleados.

Gráfica 4

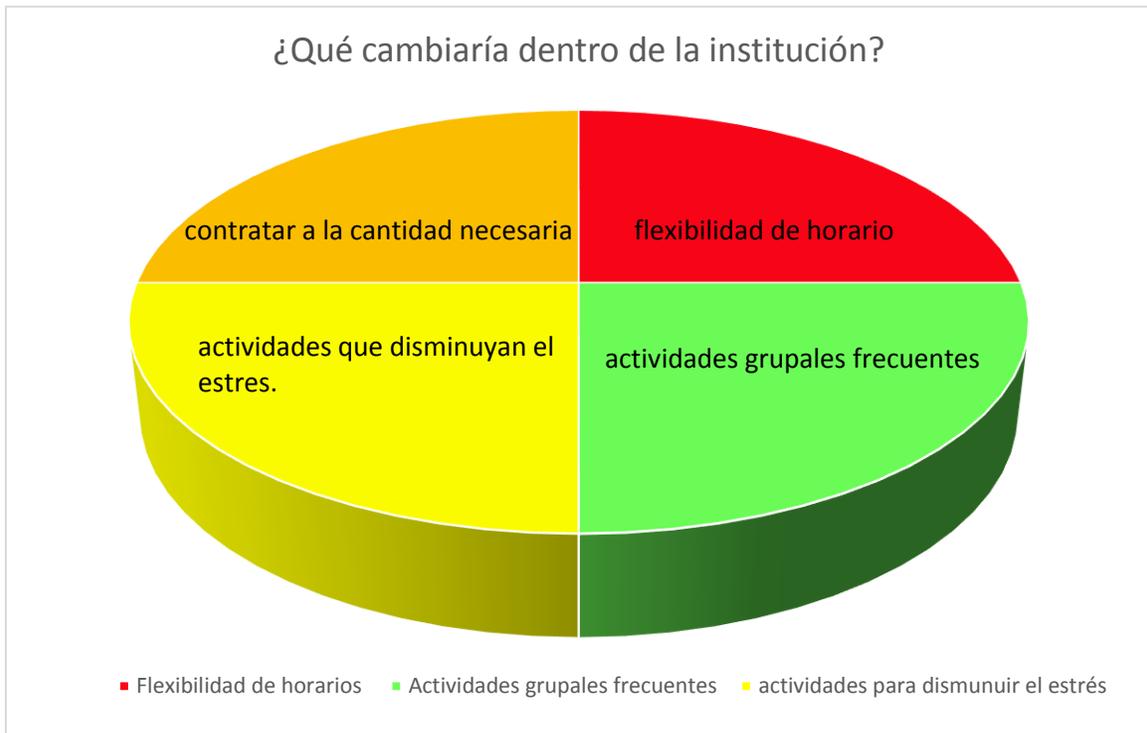


Fuente: Marlen Cristina Santiago

**Interpretación**

En la pregunta #4: ¿Existe una buena relación entre departamentos? ¿Por qué? Un 80% es una respuesta asertiva, en un 20% la respuesta es para mejorar aspectos comunicacionales debido a que son varios departamentos y aproximadamente 200 empleados los que trabajan en la institución y la comunicación en ocasiones puede sufrir ruidos y desviarse un poco del objetivo.

**Gráfica 5**



Fuente: Marlen Cristina Santiago

**Interpretación**

En la pregunta #5: Con respecto al tema ¿Qué cambiaría dentro de la institución? Surgieron las siguientes respuestas, esto se da con el fin de poder aportar para AGEXPORT la opinión de sus empleados e implementar más herramientas efectivas.

## 1.4.2. Radiografía de la institución

### 1.4.2.1 Fortaleza:

- 1) dentro de la institución se encuentran profesionales que cumple con el trabajo necesario según su puesto, dedican su labor de manera eficiente y así aportar al sector exportador herramientas que los ayuden a emprendedores y empresarios a mejorar sus productos o servicios.
- 2) Cuentan con 2 canales de comunicación que son AGEXPORT HOY Y DATA EXPORT para informar al público sobre todas las actividades relacionadas al sector exportador.

### 1.4.2.2. Oportunidad:

- 1) es una institución que está aliada a entidades públicas y privadas, lo que le da mayor oportunidad de crear y desarrollar proyectos que aporten al desarrollo de las exportaciones.
- 2) Los canales de comunicación antes mencionados, ayudan a que la información llegue a los emprendedores, empresarios y publico que tenga interés en algún tema específico con la entidad, ya que se involucran con los acontecimientos relevantes a nivel nacional.

### 1.4.2.3. Debilidad:

- 1) la institución tiene enumeradas unidades departamentales, lo que dificulta de cierta manera la comunicación entre departamentos, aunque existe el departamento de Recursos Humanos que directamente se encarga de velar por una comunicación interna eficiente.
- 2) AGEXPORT HOY, es dirigida en su mayoría por una sola persona, que se encarga de subir información de eventos, cursos y temas de interés para el público.

### 1.4.2.4 Amenaza:

- 1) deben innovar constantemente las herramientas tecnológicas y nuevas tendencias para efectuar de manera adecuada sus proyectos a nivel nacional e internacional para ser tomados en cuenta en el mercado competitivo exterior.
- 2) AGEXPORT HOY y DATA EXPORT, deben de estar al día con las herramientas de innovación, que ayude a generar mayor interés en su público para obtener mayor audiencia en sus estadísticas de ingreso a estos portales de comunicación. Deben de estar a la vanguardia de los portales a nivel internacional.

## Capítulo II

### 2. plan de comunicación

#### 2.1. Antecedentes comunicacionales

**Comunicación interna:** El Departamento de Recursos Humanos, Transmite mensajes Institucionales a los colaboradores para informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, para motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa. Se enlaza con:

- Cultura organizacional
- Clima laboral
- Engagement
- Endomarketing

Ayuda a potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a través de mantenerlos informados, identificados y propiciar un buen clima organizacional, integrar, motivar, retener el talento. Define la metodología y medios para la comunicación interna institucional.

Como parte de la transformación cultural, se definen 4 pilares fundamentales para la comunicación que está dirigida hacia colaboradores y que informan sobre las acciones que propician incrementar la satisfacción de los asociados.



Empoderamiento

Reconocimiento

### Autoliderazgo Mensajes claves



Autoconocimiento/  
liderazgo en sí mismo

Participación

Conociendo la organización

### Integrado Mensajes claves



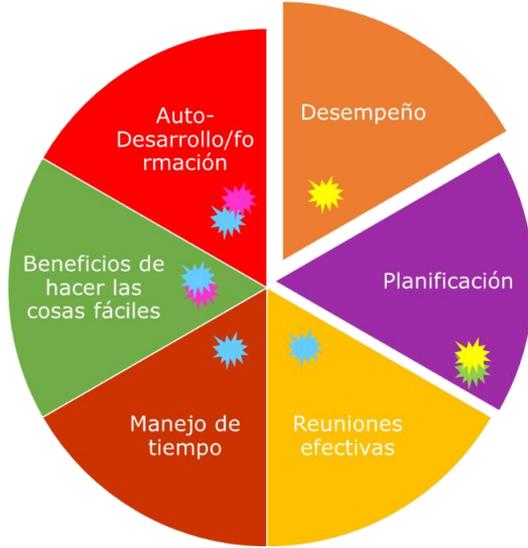
Reconocimiento

Capacitación

Participación

### Simple/ágil Mensajes claves

Empoderamiento



Simplificación

Optimización de recursos

Participación

Participación

Reconocimiento

### Innovador Mensajes claves

Auto-Desarrollo/formación

Pendiente actividades

Recursos Humanos, trata de motivar al personal brindándoles cursos a través de AGEXPRO U, como una manera de apoyarlos y que puedan llenar los requisitos para otros puestos de interés y así poder ascender, incentivan su talento con herramientas que aporten a la innovación, buscan crear un ambiente laboral de compañerismo, aprender inglés para ser más competitivos, les brindan servicio médico, entre otros.

**Comunicación Externa:** es el Departamento de Comunicación el encargado de la comunicación externa de la institución, este se encarga directamente de:

- Tener relación con los medios de comunicación
- Se encarga de las conferencias de prensa de AGEXPORT
- Mantener al día el monitoreo de las notas en donde AGEXPORT ha sido mencionada en medios nacionales e internacionales y al momento de ser requerido, se envía un informe de notas publicadas en los medios de comunicación del departamento o sector que lo solicita.
- Manejar información de actividades realizadas de las plataformas de AGEXPORT HOY Y DATA EXPORT
- Entrevistas a empresarios y emprendedores que han tenido nuevas oportunidades de negocio
- Estar en comunicación con los demás departamentos para apoyo de notas periodísticas para el portal de AGEXPORT HOY, para informar a emprendedores, socios, directivos y público en general de las actividades próximas.
- Apoyar a los altos mandos de la institución a la elaboración de discursos.
- Encargarse de las fotografías de las diversas actividades que se dan dentro de AGEXPORT como: seminarios, diplomados, eventos diplomáticos, ferias, cursos, galardones, premiaciones, entre otros.
- Mandarle información y comunicados de prensa de los eventos más relevantes a medios de comunicación que no hayan podido asistir a los eventos.
- Crear estrategias comunicacionales

## 2.2. Objetivos de comunicación

### 2.2.1. Objetivo general

Optimizar la comunicación externa en el Departamento de Comunicación de AGEXPORT.

### 2.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Aportar material que agilice las actividades de comunicación externa dentro del departamento de comunicación según sus necesidades.
- ✓ Facilitar información a los canales de comunicación externa de AGEXPORT, apoyando a través de sus herramientas como lo es AGEXPORT HOY Y AGEXPORT DATA.
- ✓ Descubrir el proceso de comunicación interna que lleva a cabo en recursos humanos, explorando sus herramientas de implementación para mejorar el clima laboral de la institución.

## 2.3. Público objetivo

- ✓ Aspecto demográfico: profesionales de comunicación, hombres y mujeres. guatemaltecos entre las edades de 30 a 45 años.
- ✓ Aspecto psicográfico: emprendedoras, trabajadores con deseos de adquirir herramientas que les permita innovar, con experiencia en el área de comunicación, dedicados, profesionales.
- ✓ Aspecto socioeconómico: nivel socioeconómico C- a C+, con ingresos desde los Q2,900.00 hasta Q5,000.00

## 2.4. Mensaje

- ✓ Creando ideas para el mercado exportador.
- ✓ Exportando ideas innovadoras.

## 2.5. Estrategias

- 1) Agexport hoy, es una plataforma de comunicación externa que necesita actualización al día, es por esa razón que se implementarán notas periodísticas basadas en la guía de estilo de redacción de la institución, que ayuden a través de sus departamentos y junta directivas a crear contenido informático para el exterior y su público.
- 2) Trabajar en la plataforma de GLIFOS, archivando todas las fotografías de los eventos del año 2018.
- 3) Crear una estrategia de comunicación para AGEXPORT HOY
- 4) A través del sitio web SPARKTORO, crear una presentación que guíe al editor de publicaciones y la gerencia de comunicación a realizar como un proyecto futuro el estudio de audiencia de los diputados del próximo gobierno de la red social twitter, encontrando el engagement, los fakesfollowersaudit y relación entre cuentas, como apoyo al Director de Relaciones Institucionales
- 5) realizar un benchmarking, estudiando demás periódicos digitales de Europa, Perú, México, España para guiar al analista de medios a crear un sitio web interactivo, innovador para atraer más vistas. Esto con un monitoreo de otros periódicos digitales de los países antes mencionados.
- 6) Realizar un análisis de los diferentes partidos políticos que están en la contienda electoral 2019 para descubrir sus planes de trabajo y como este puede beneficiar al sector exportador. Se utilizará para informar en forma breve a la Directora de Relaciones Institucionales en el panel con analistas políticos que se celebrará en AGEXPORT.

## 2.6. Acciones de comunicación

Acción 1	
¿A qué estrategia corresponde?	Notas periodísticas
Problema	La actualización al día de las noticias de eventos relevantes en el periódico digital AGEXPORT HOY.
Producto	Notas periodísticas y guía de estilo de redacción
Objetivo comunicacional	Comunicar de manera externa los eventos importantes realizados en AGEXPOR, actualizando día con día la información.
Tipo de mensaje	INFORMATIVO
Público objetivo	Analista de medios, depto. de comunicación, público de AGEXPORT HOY.

Acción 2	
¿A qué estrategia corresponde?	Plataforma de GLIFOS
Problema	Poner al día la plataforma, archivando las fotografías del año 2018
Producto	Plataforma GLIFOS, patrocinado por AGEXPORT.
Objetivo comunicacional	Apoyar al departamento de comunicación en la actualización y archivo de la plataforma Glifos, con la finalidad de su uso rápido al ser solicitadas por algún departamento de Agexport o bien para su aplicación en las notas de AGEXPORT HOY.
Tipo de mensaje	Visual
Público objetivo	Departamento de comunicación

Acción 3	
¿A qué estrategia corresponde?	Estrategia de comunicación para AGEXPORT HOY
Problema	Conseguir nuevas herramientas para la plataforma del periódico digital AGEXPORT HOY
Producto	Estrategia de comunicación par a AGEXPORT HOY
Objetivo comunicacional	Innovar y buscar nuevos métodos para implementar en el periódico digital, AGEXPORT HOY.
Tipo de mensaje	INFORMATIVO
Público objetivo	Analista de medios

Acción 4	
¿A qué estrategia corresponde?	Sparktoropara twitter
Problema	Analizar a los diferentes actores de AGEXPORT, para conocer su movimiento en la red social Twitter.
Producto	Mapa de actores AGEXPORT
Objetivo comunicacional	Con el fin de trabajar en un mediano plazo en un análisis sobre los diputados electos y su relación con los directivos de AGEXPORT, se utilizará la plataforma de sparktoro para la comprensión de resultados que este puede dar.
Tipo de mensaje	INFORMATIVO
Público objetivo	Gerente de comunicación, editor de publicaciones y gerente institucional.

Acción 5	
¿A qué estrategia corresponde?	benchmarking
Problema	Encontrar nuevas herramientas que ayuden a la mejora e innovación de AGEXPORT HOY.
Producto	Monitoreo de periódicos digitales similares a AGEXPORT HOY
Objetivo comunicacional	realizar un benchmarking, estudiando demás periódicos digitales de Europa, Perú, México, España para guiar al analista de medios a crear un sitio web interactivo, innovador para atraer más vistas. Esto con un monitoreo de otros periódicos digitales de los países antes mencionados
Tipo de mensaje	INFORMATIVO
Público objetivo	Analista de medios, gerente de comunicación.

Acción 6	
¿A qué estrategia corresponde?	Análisis de Partidos políticos
Problema	Descubrir sus planes de trabajo y como este puede beneficiar al sector exportador
Producto	Análisis de partidos políticos en la contienda electoral
Objetivo comunicacional	Se utilizará para informar en forma breve a la Directora de Relaciones Institucionales para el panel con analistas políticos que se celebrará en AGEXPORT.
Tipo de mensaje	INFORMATIVO
Público objetivo	Directora de relaciones institucionales, gerente de comunicación.

## CAPITULO III

### 3. Informe de ejecución

#### 3.1. Proyecto desarrollado

Estrategias para fortalecer la comunicación interna/externa de AGEXPORT

##### 3.1.1. Financiamiento

Persona	Rol	Financiamiento
Cristina Santiago	Epesista	80%
AGEXPORT	Institución	20%

##### 3.1.2 Presupuesto

Detalle	Costo unidad	Costo total	Financiamiento
Asesoría comunicacional	Q 8,400.00	Q 8,400.00	EPESISTA
Viáticos	Q 1,292.00	Q 1,292.00	EPESISTA
Manual diseño y diagramación	Q 150.00	Q 150.00	EPESISTA
equipo fotográfico	Q 3,500.00	Q 7,600.00	EPESISTA& AGEXPORT
Plataforma de Glifos para fotografías de los eventos de AGEXPORT	Q 12,000.00	Q 12,000.00	AGEXPORT

##### 3.1.3. Beneficiarios

En las prácticas supervisadas se desarrollaron diferentes trabajos que apoyaron a los integrantes del Departamento de Comunicación a realizar con facilidad sus labores. Se colaboró en conferencias de prensa, relaciones públicas con los periodistas, grabación de notas, grabación de videos para entrevistas, archivo de fotografías, creación de análisis y estrategias que darían tips para agregar mejor contenido a la plataforma de AGEXPORT HOY, redacción de notas periodísticas, fotografía, monitoreo de medios, colaboración para DATA EXPORT, foros, seminarios, entre otras actividades que los miembros del departamento pudieron obtener.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Nombre	Cargo	ACTIVIDADES
Marlene Martínez	Gerente de comunicación	Glifos, benchmarking, análisis para partidos políticos.
Jennifer Fuentes	Asistente de comunicación	Monitoreo de medios, conferencias de prensa y relaciones públicas.
Andrea Vides	Analista de medios	Redacción para AGEXPORT HOY, fotografía, grabación de notas periodísticas, entrevistas, GLIFOS
José Pablo Coyoy	Editor de publicaciones	DATA EXPORT, entrevistas, benchmarking.
Cristina Santiago	Practicante	Proyecto IFEPS

### 3.1.5. Áreas geográficas de acción

El ejercicio práctico supervisado, se realizó en el quinto nivel de AGEXPORT, Departamento de Comunicación

### 3.2. Estrategia y acciones desarrolladas

1) **Estrategia:** implementar notas periodísticas basadas en la guía de redacción institucional, que ayude a crear contenido informativo actualizado al periódico digital AGEXPORT HOY.

**Objetivo comunicacional:** Comunicar de manera externa los eventos importantes realizados en AGEXPOR, actualizando día con día la información.

**Acciones desarrolladas:** se crearon notas que apoyaran a la actualización de noticias y demás eventos en el periódico digital AGEXPORT HOY.



**ICREA impulsa producciones audiovisuales con responsabilidad social empresa...**

21/06/2019 Por Cristina Santiago

- 
- A screenshot of the AGEXPORT HOY website showing a list of news articles. The header is the same as in the previous image. The list includes:
- ICREA destaca el desarrollo de la industria creativa de Guatemala en evento internacional**  
08/08/2019 Por Cristina Santiago
  - Conozca las nuevas tendencias del turismo de bienestar a nivel mundial**  
07/08/2019 Por Cristina Santiago
  - Meta 2019: 60 empresas habilitadas con la figura de Operador Económico Autorizado**  
06/08/2019 Por Cristina Santiago
  - Congreso OEA aporta a la competitividad de las empresas**  
05/08/2019 Por Cristina Santiago

Nota: Estas son algunas de las notas realizadas por la practicante y que fueron publicadas en la plataforma del periódico digital AGEXPORT HOY.

En busca de crear conciencia en la sociedad guatemalteca sobre la vulnerabilidad en la explotación y abuso infantil a la que están expuestos los niños y adolescentes, la **Comisión de Industria Creativa** (ICREA) de AGEXPORT, apoyó en la realización del cortometraje "Depende del cristal con que se mira".

Esta participación fue a través de AR Producciones, empresa socia de ICREA, la cual contribuyó en el proyecto audiovisual de la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET), en colaboración con la

primera generación de actores de la academia de actuación de Radio nacional TGW.

*Lo que hicimos fue unir actores de la academia de la Radio Nacional TGW con equipo de producción para realizar este proyecto en la cual se desarrolla una historia de explotación y trata infantil en un círculo laboral y familiar, exponiendo lo que sufren los infantes y parientes en el proceso de denuncia y búsqueda, así como, el actuar de las autoridades en estos casos. Indicó el Director de*

*Junta directiva de ICREA de AGEXPORT y Director de AR Producciones, Erlin Ayala.*

En este proyecto audiovisual resalta la importancia de proteger a los niños y adolescentes que son víctimas de violencia sexual en el país.

*La relación que hay entre las empresas de Industria Creativa con **proyectos de responsabilidad social** son una buena oportunidad para que nuestros socios y colegas de producciones audiovisuales y radiofónicas vean la importancia*

*que tiene el poder unirse y apoyar este tipo de proyectos que impacten en la sociedad guatemalteca. Resaltó Ayala.*

ICREA, se constituye como el pionero en la unión de empresas de producción audiovisual, creatividad y estrategia digital; su representación en este sector es el de impulsar nuevas producciones con calidad de exportación.

*Es admirable como un proyecto como este genera empleo, ya que necesitamos de la contratación de equipo técnico, profesionales de*

En esta página se observa una de las notas realizadas para AGEXPORT HOY y publicada en la plataforma de este periódico digital. En esta actividad en especial, se asistió al evento, se realizaron fotografías, una entrevista al director de junta directiva de ICREA, se redactó la nota y se envió a Andrea Vides (analista de medios) para su aprobación. Este es el resultado de ello.

equipo técnico, profesionales de cámaras, luces, actores, maquillistas, entre otros. Por eso es importante resaltar el aporte de la industria creativa a la cadena de valor. Puntualizó el Director de junta directiva de ICREA de AGEXPORT.



Fuente: Marlen Cristina Santiago López

## Asegure el bienestar del personal a través del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

La norma OHSAS 18001, es un estándar desarrollado en el Reino Unido para ayudar a toda la empresa a mejorar de forma continua la seguridad y la salud en el trabajo que ofrece a sus empleados.

Cumple con los requisitos legales de cualquier país, ya que propone una estructura que mejora la gestión e integración del empleado, consiguiendo un beneficio económico.

Apoya a la mejora de las condiciones de trabajo, facilita la imagen pública de la organización, aprovechar mejor los recursos y lograr una reducción de costos.

Podemos destacar que esta norma se puede aplicar en todo tipo de empresa, no tiene nada que ver su tamaño, ubicación, tipo.

En consideración a este tema, la Escuela de Comercio Exterior le invita a participar del seminario: “Transición del estándar OHSAS 18001:2017 a la norma 45001: 2018”.

El curso abordará temas como liderazgo, participación positiva de los trabajadores, evaluación de desempeño, así como la importancia de métodos de salud en el trabajo.

El evento se llevará a cabo el 18 y 25 de junio del 2019 en AGEXPORT. Para más información comuníquese a los teléfonos: PBX 2422-3400 y 2422-3440

Redacción de notas periodísticas por Marlen Cristina Santiago López

## Convocatoria para socias de AGEXPORT:

### Quiero proyectar una óptima imagen profesional

El marketing personal consolida características profesionales y particulares, que dejan en evidencia los aspectos relevantes sobre uno mismo, del trabajo que se desarrolla y realza la apariencia individual.

AGEXPORT convoca a emprendedoras, empresarias, líderes, mujeres para que participen en el evento de networking “Herramientas del marketing personal”, con el objetivo de fortalecer y destacar las cualidades de la imagen pública.

En esta actividad participará el instructor en etiqueta internacional: Francisco Andrade Nebemdahi, quien expondrá temas sobre presencia personal, comunicación no verbal en la gestión profesional, postura, el uso correcto del vestido femenino como herramienta de venta y negociación, entre otros.

Esta actividad se llevará a cabo el miércoles 3 de julio del 2019 en AGEXPORT, para confirmar su participación deben activar la app AGEXPORT PLUS.

Tome en cuenta que los profesionales exitosos saben la importancia de tener una imagen bien construida que los ayude a ser recordados y respetados como autoridad dentro de sus áreas de actuación. “la primera impresión es la que cuenta”.

Confirme su participación al correo [servicioalcliente@agexport.org.gt](mailto:servicioalcliente@agexport.org.gt) o al teléfono 2422 – 3400.

## Flower Full, emprendedores guatemaltecos en la final de la “TIC Américas 2019”

El pasado 26 de junio se llevó a cabo la décimo cuarta edición de la competencia de talento e innovación de las Américas (TIC) 2019 en la ciudad de Medellín, Colombia.

En representación de Guatemala, Flower Full empresa socia de la Comisión de Ornamentales de AGEXPORT, obtuvo una beca para participar en la Final de “TIC Américas 2019” que se celebró del 24 al 26 de junio.

Esta compañía fue elegida en la categoría eco-reto 10.0 mujeres, que apoya a jóvenes emprendedores de América Latina y el Caribe a desarrollar soluciones para escalar como negocios sostenibles en línea con los nuevos objetivos de la Agenda de Desarrollo.

Flower Full está dedicada a la producción y comercialización de suculentas orgánicas para la industria de eventos y exportación que busca generar ingresos a mujeres, estimulando economías familiares para beneficio de la atención de la niñez y el cuidado del ambiente.

Cabe mencionar que esta actividad tiene como propósito premiar los planes de negocios y acelera el proceso de incorporación en el mercado de jóvenes emprendedores.

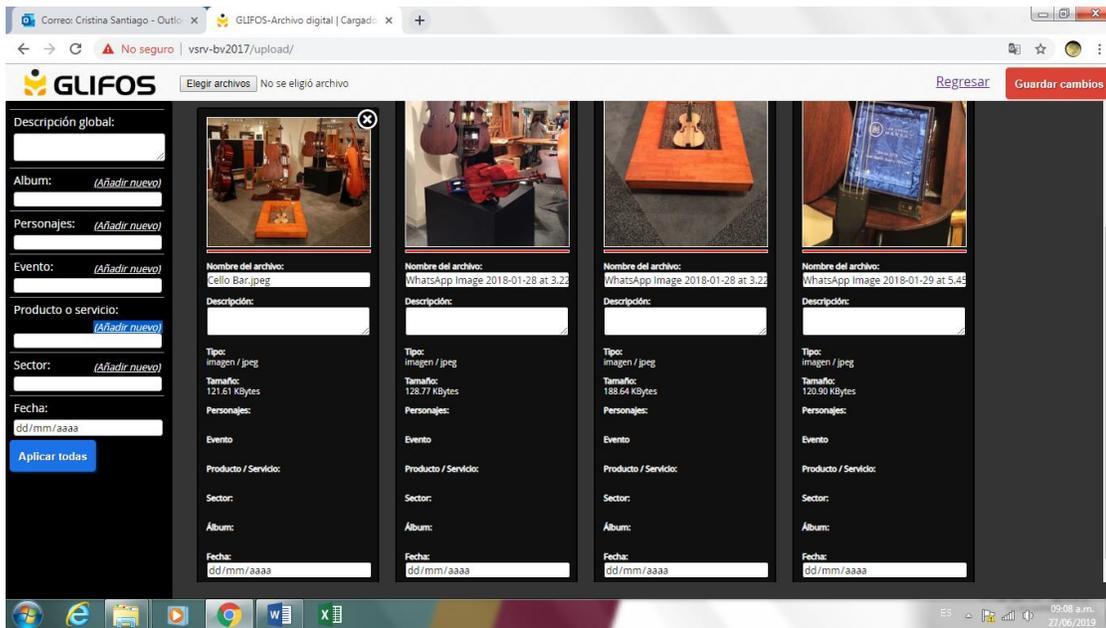
Este evento ha impulsado iniciativas de negocios, contribuyendo con el desarrollo sostenible, la creación de empleos y oportunidades para otros jóvenes.

Dicha clasificación tuvo la participación de un total de 5,106 empresas registradas en las categorías Start up Challenge, Eco-Reto 10.0 y la Competencia de Innovación del Caribe (CIC).

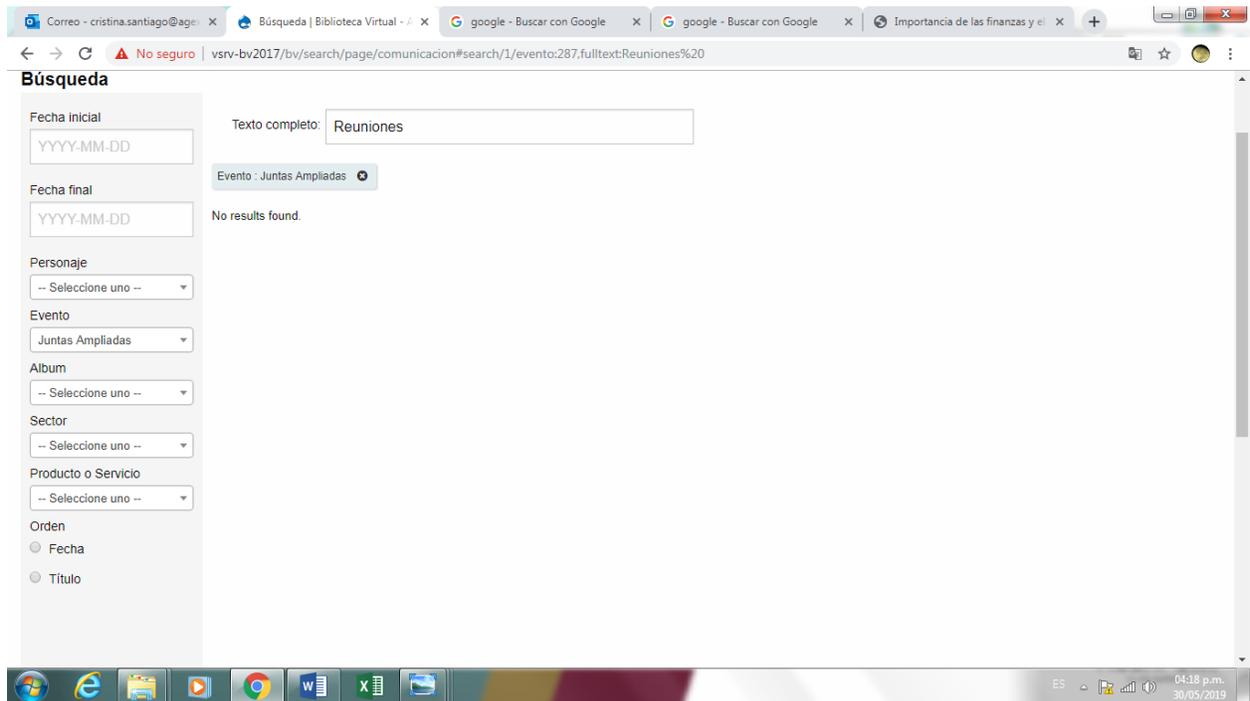
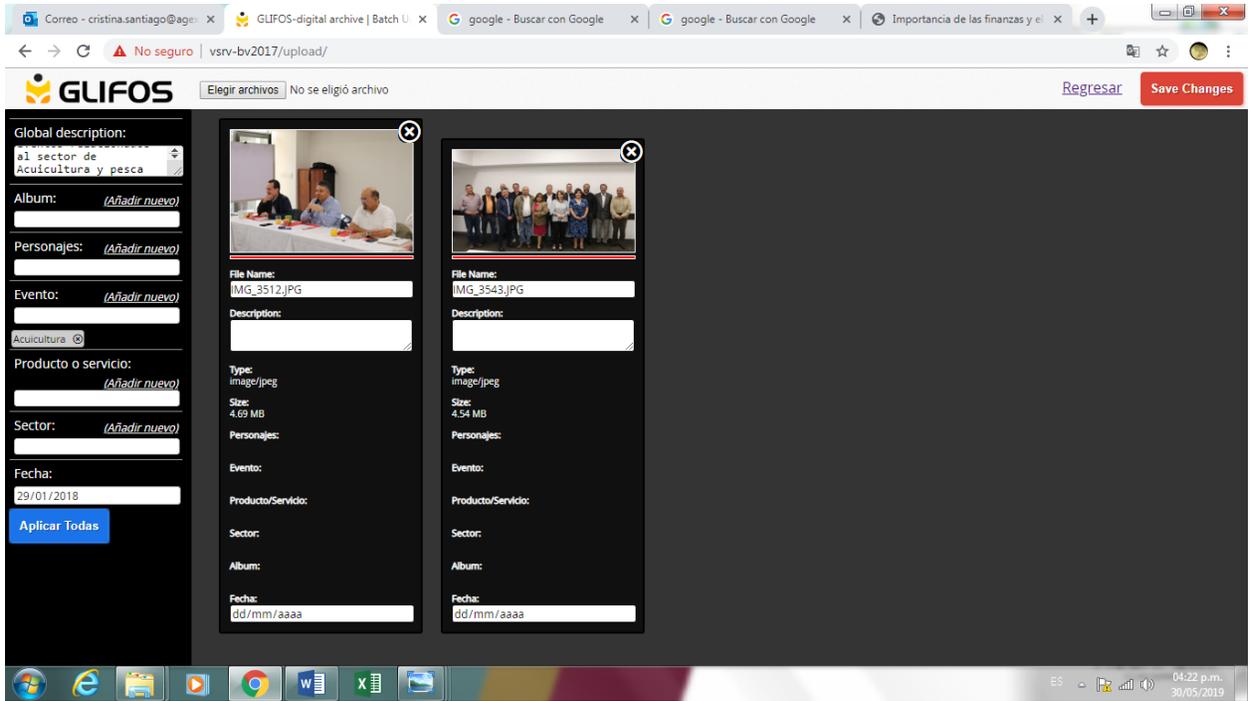
2) **Estrategia:** Trabajar en la plataforma de GLIFOS, archivando todas las fotografías de los eventos del año 2018.

**Objetivo comunicacional:** Apoyar al departamento de comunicación en la actualización y archivo de la plataforma Glifos, con la finalidad de su uso rápido al ser solicitadas por algún departamento de Agexport o bien para su aplicación en las notas de AGEXPORT HOY

**Acciones desarrolladas:** se trabajó arduamente en la selección de las mejores fotografías de los eventos llevados a cabo en el 2018, esto con el objetivo de tenerlas para su uso para la realización de notas periodísticas o para su uso requerido al ser solicitado por los departamentos de la institución de actividades realizadas por estos.



Plataforma GLIFOS para archivo de fotografías del año 2018



Correo: Cristina Santiago - Outl... x GLIFOS-Archivo digital | Cargad... x Correo: Cristina Santiago - Outl... x Comunicación Listado de Álbum... x Listado de Eventos del área de... x

No seguro | vsrv-bv2017/bv/comunicacion/listado-de-albumes

**AGEXPORT** GUATEMALA e-docs Inicio Cerrar sesión (avides)

INICIO > BUSQUEDA > COMUNICACIÓN LISTADO DE ÁLBUMES

### Comunicación Listado de Álbumes

- Producto, Servicio 2018
- Productos o servicios 2018
- EVENTOS 2018
- Reuniones Junta Directiva 2018

Hacer de Guatemala un país exportador Energizado por GLIFOS digital archives



Correo: Cristina Santiago - Outl... x GLIFOS-Archivo digital | Cargad... x Correo: Cristina Santiago - Outl... x Listado de Eventos del área de C... x

No seguro | vsrv-bv2017/bv/comunicacion/listado-eventos

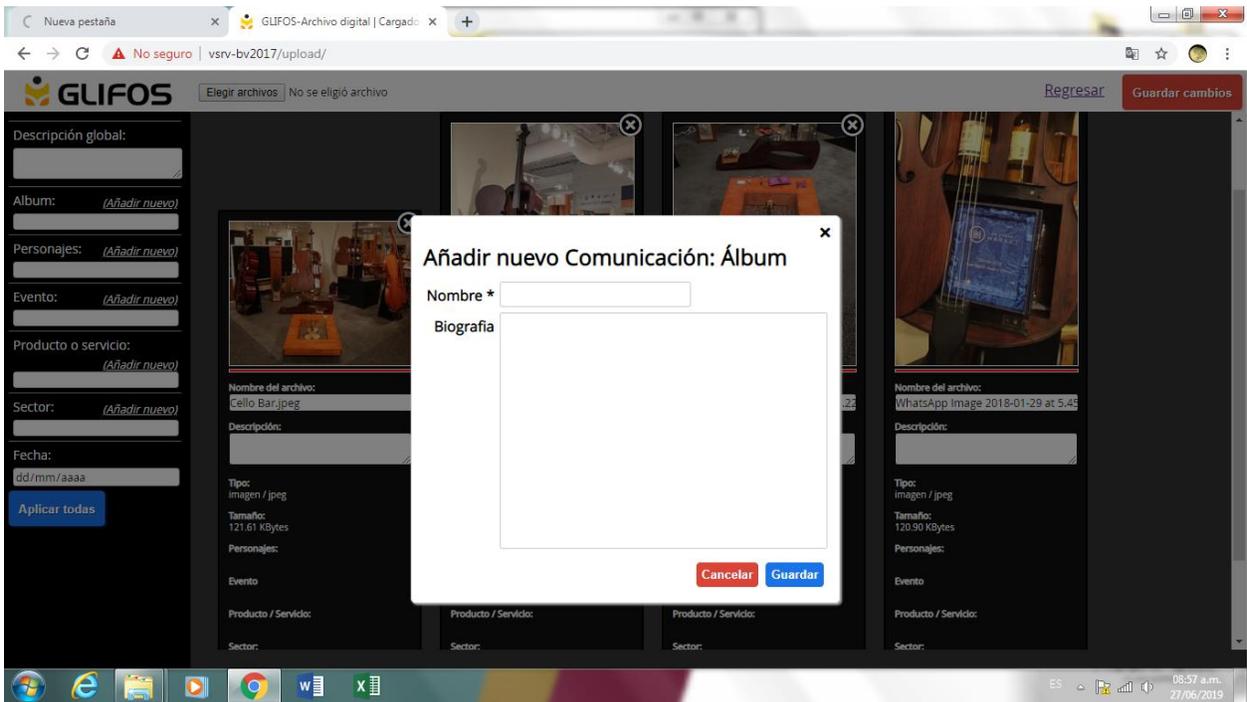
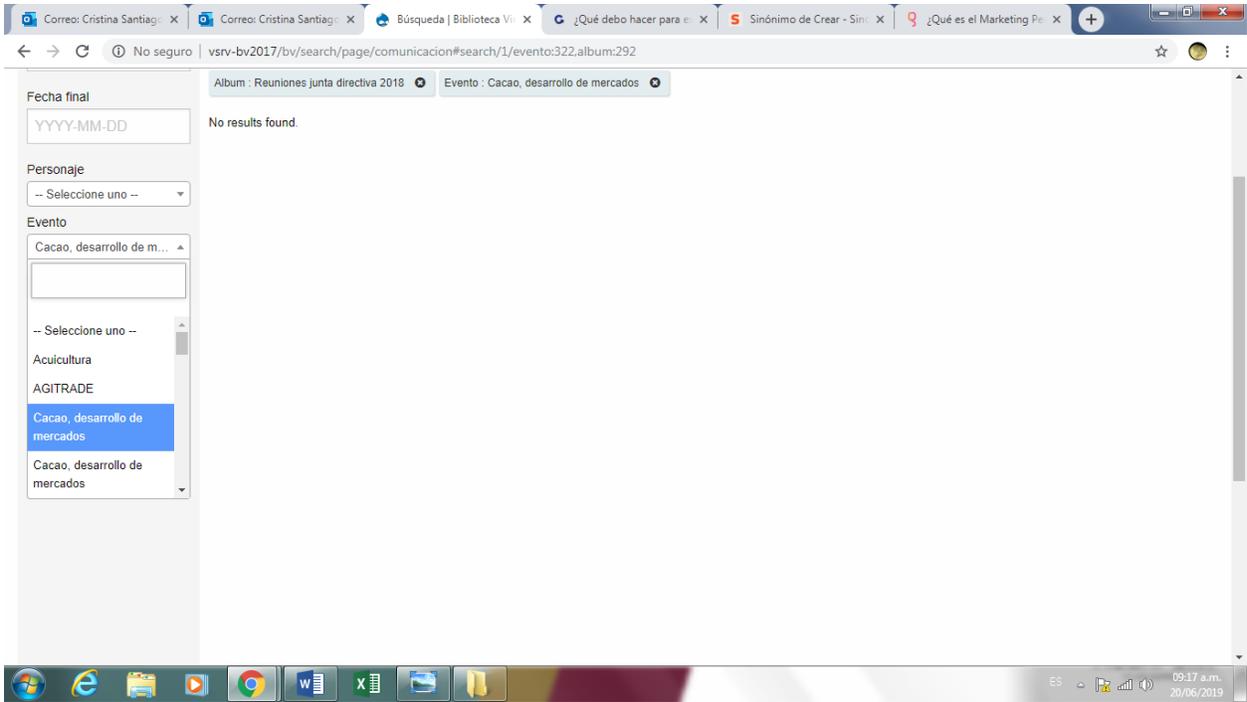
**AGEXPORT** GUATEMALA e-Docs Inicio Logout (avides)

INICIO > BUSQUEDA > LISTADO DE EVENTOS DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN

### Listado de Eventos del área de Comunicación

- AGITRADE
- Cacao, desarrollo de mercados
- Consejo Consultivo
- Cumbre de embajadores
- Encadenamiento
- Encadenamiento Rural
- Enlazarte
- Expo ANTAD
- Expo Walmart
- Fecaexca
- Feria del empleo, Contact Center
- Festival del mango
- Flores
- Fruit Logistic
- Hand made fashion 2018
- ICREA, Industria Creativa
- IPM Alemania, feria ornamental
- IPM Alemania, feria ornamental
- Juntas Ampliadas
- Lanzamiento proyecto CEO y USAID
- Limpieza "Río Aceituno"
- Reuniones junta directiva general
- Reuniones junta directiva general
- Turismo sostenible
- Turismo, salud y bienestar





3) **Estrategia:** Crear una estrategia de comunicación para AGEXPORT HOY.

**Objetivo comunicacional:** Innovar y buscar nuevos métodos para implementar en el periódico digital, AGEXPORT HOY.

**Acciones desarrolladas:** se buscó nuevas herramientas de apoyo, que ayude al periódico digital a obtener nuevas herramientas que permita abarcar y atraer a más visitantes al sitio web.

AGEXPORT 2019

# Propuesta de campaña para **AGEXPORT HOY**

**AGEXPORT HOY:** es un periódico que permite crear un clima favorable para las exportaciones mediante la comprensión del impacto positivo de esta actividad en la economía del país, actualizando su formato a la era digital y acercándose al público objetivo.



**Objetivo de la campaña:**

- Impulsar el periódico digital: AGEXPORT HOY, como un medio que apoye y brinde información exacta de los eventos y actividades que se llevan a cabo de parte de la institución o de interés Nacional, para que este transmita e interactúe de manera positiva con el público al que deseamos llegar.



**Público Objetivo:**

Socios

Trabajadores de AGEXPORT

Contactos comerciales

Periodistas

Público en general de 22 a 45 años de edad





### Insights de la campaña:

- Personas a las que les gusta informarse
  - Tienen interés sobre temas nacionales
  - Con interés sobre exportación
  - Deben estar informados
  - Negociantes que quieren mejorar su producto y buscan las herramientas.
  - Personas ocupadas que están conectadas a las redes
  - Usualmente son personas ocupadas que quieren todo preciso.
- 
- 

### Concepto de la campaña

- a) La guía hacia el éxito
  - b) información que genera grandes pasos
  - c) conectando ideas con el mundo
- 

## Campaña para redes sociales

Facebook: A pesar de ser una red social muy utilizada, la probabilidad de que el público al que nos dirigimos interactúe desde esta red hacia la plataforma de AGEXPORT HOY, es muy limitada. Es por esa razón, que a continuación se brinda una propuesta con el fin de atraer al público objetivo o a posibles interesados a participar a través de:

- Creación de material visual con el concepto de la campaña.
- Invite al público a “clickear” al portal del periódico digital: AGEXPORT HOY, con un afiche, el cual indique que pueden dirigirse a un **resumen semanal** de los eventos o noticias más relevantes.
- Interactuar con el G.O. a través de Gifs relacionados al portal digital de AGEXPORT HOY una vez a la semana con noticias relacionadas al sector exportador o de interés Nacional.
- Pagar Pautas que den inicio el para generar más visitas en el periódico digital: AGEXPORT HOY, promoviendo noticias relevantes con fotografías y/o vídeos promocionales de la institución.
- Como AGEXPORT HOY: hacer uso en los eventos del FB LIVE, como parte de la campaña.
- Promocionar publicaciones de eventos con la opción de CREAR EVENTO en Facebook app.

## Referencia para resumen semanal



---

**Twitter e Instagram:** Estas redes sociales, invitan a interactuar de manera más personal con el GO, es por esta razón que se propone lo siguiente:

- Hacer partícipe a nuestro GO, invitándoles a crear estados en los eventos a realizar, a través de menciones de AGEXPORT HOY, con la utilización de **#agexporthoymeguia, #Hoycongrandespasos #Agexporthoyalmundo**
- Usar una vez al día (mínimo) las historias de estas redes sociales.
- Interactuar una vez cada semana con un GIF institucional de AGEXPORT HOY, creando estados con notas periodísticas o mención de eventos.

#### Referencia



Invitar al público a Interactuar en Instagram.

---

Circuito cerrado de la institución:

- Se hará el uso del circuito cerrado de la institución, con el uso de 2 diseños GIF, que puedan ir variando, para llamar la atención de los visitantes y trabajadores e informar al día sobre AGEXPORT HOY. Primer diseño del 5 de junio al 3 de Julio y segundo diseño del 4 de junio al 31 de Julio.



- **Habladores:**

Se hace el uso de los habladores con el diseño estipulado, para poder llamar la atención del público en partes estratégicas en los diversos salones de la institución de AGEXPORT de preferencia, en los salones con más afluencia de personas, por ejemplo: salsa de espera en la recepción.

- **Mailings:**

Se enviará 2 mailings acompañados con afiche, invitando a los socios a interactuar con el periódico digital AGEXPORT HOY la fecha 14 de junio y 16 de Julio del presente año.

---





4) **Estrategia:** A través del sitio web SPARKTORO, crear una presentación que guíe al editor de publicaciones y la gerencia de comunicación a realizar como un proyecto futuro el estudio de audiencia de los diputados del próximo gobierno de la red social twitter, encontrando el engagement, los fakes followers audit y relación entre cuentas, como apoyo al Director de Relaciones Institucionales

**Objetivos comunicacionales:** Con el fin de trabajar en un mediano plazo en un análisis sobre los diputados electos y su relación con los directivos de AGEXPORT, se utilizará la plataforma de sparktoro para la comprensión de resultados que este puede dar.

**Acciones desarrolladas:** se buscó a través de este sitio web, la actividad de los personajes más importantes de AGEXPORT, para conocer el funcionamiento de Sparktoro y su funcionalidad para el monitoreo de diputados y su interacción con personajes de la institución a un mediano plazo.

# MAPA DE ACTORES

PERSONAJES DE AGEXPORT  
ANÁLISIS EN SPARKTORO  
AGEXPORT 2019



**Connie de Paiz**

@Conniedepaiz  
Followers: 1049

SparkScore: 12 Out of 100  
Engagement: 74  
Fake followers 165 15.7%



Account Name	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT	27	64
@estrada1fanny	7	75
@UEGuatemala	16	79
@TriGabe	8	82
@CentraRSE	8	74
@MaloufTony	13	77



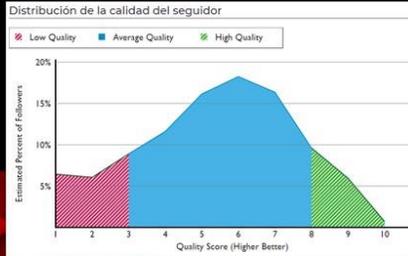
Connie de Paiz es la actual presidente de AGEXPORT. Se realizó el monitoreo de su red social twitter, dando los resultados ya descritos.

SparkScore: 12 Out of 100  
 Engagement: 80  
 Fake followers 719 21.4%



# Antonio Malouf

@MaloufTony  
 Followers: 3,367



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGI		27	64
@CACIFnoticias		35	26
@estrada1fanny		7	75
@CongresoGuate		36	26
@jczapata_s		16	88
@rpaizk		9	77



Miembro de la junta directiva de AGEXPORT.

SparkScore: 3 Out of 100  
 Engagement: 78  
 Fake followers 107 18%



# Claudia del Águila

@cdedelaguila  
 Followers: 595



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGI		27	64
@SATGI		42	63
@Emisoras Unidas		55	7
@inteligencia_me		5	88
	@CUTRIGUA	5	82
	@FUNDESA	26	62
@jczapata_s		16	88
@MaloufTony		13	77



Gerente del Departamento de Competitividad AGEXPORT.

# Fanny de Estrada

@estrada1fanny  
Followers: 1,320

SparkScore: 7 Out of 100  
Engagement: 75  
Fake followers 352 26.7%



Distribución de la calidad del seguidor



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
	@Veneno_Cruz	41	46
@Emisoras Unidas		55	7
@GUATEMINECO		33	37
@CongresoGuate		36	26
@Prensa_libre		55	6
@ponchoMuralles		6	90
@MaloufTony		13	77
@AdaFerndez		4	73



Director de Relaciones Institucionales, AGEXPORT

# Amador Carbadillo

@amador1966  
Followers: 575

SparkScore: 4 Out of 100  
Engagement: 74  
Fake followers 151 26.3%



Distribución de la calidad del seguidor



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@joepablo_82		2	74
@estrada1Fanny		7	75
@avides_vgt		4	77
@Marlene_MartinP		3	87
@TriGabe		8	82
@AdaFerndez		4	73
@MaloufTony		13	77



Director General de AGEXPORT

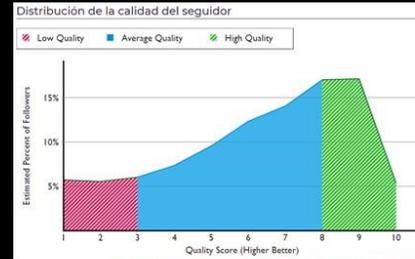
# Lorena Bin

@Lorenbin  
Followers: 1,047



SparkScore: 4 Out of 100  
Engagement: 82  
Fake followers 181 17.3%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@iLifebelt	8	86
	@nmarketinglatam	89	71
	@marketingbraino	5	81
	@PoderosasGT	4	77
	@Lumartinezg	16	80
	@HarvardBiz	84	30
	<b>@AGEXPORTGI</b>	<b>27</b>	<b>62</b>
	@TheEconomist	80	23
	@businessinsider	69	17



Directora de Marketing, AGEXPORT

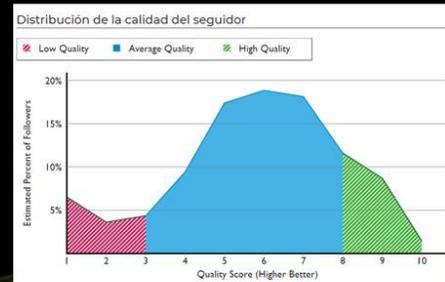
# Moisés Mérida

@mmeridagt  
Followers: 138



SparkScore: 1 Out of 100  
Engagement: 83  
Fake followers 20 14.5%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@AGEXPORTGI	27	62
	@@UEGuatemala	16	79
	@AL_invest5	3	75
	@avides_vgt	4	77
	@amador1966	4	75
	@GUATEMINECO	33	37
	@USAIDGuate	18	76
	@estrada1Fanny	7	75



Gerente de Alianzas internacionales, AGEXPORT

# Gabriel Biguria

@TriGabe  
Followers: 1,512



SparkScore: 8 Out of 100  
Engagement: 79  
Fake followers 261 17.3%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@exequatemala	8	86
<b>@AGEXPORTGT</b>		<b>27</b>	<b>62</b>
	@ValaAfshar	89	71
	@m100puntos	5	81
	@MineducGT	34	41
	@VeronicaSpross	6	81
	@Acuamaya	2	74
	@LineasFrescas	24	71



MIEMBRO DE AGEXPORT

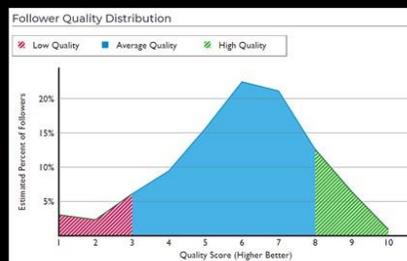
# Alfonso Muralles

@ponchoMuralles  
Followers: 985



SparkScore: 6 Out of 100  
Engagement: 90  
Fake followers 113 11.5%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@msemillagt	56	81
	@sperezattias	35	75
	@EquisSJ	20	79
	@samuel_pz	62	94
	@ifloccus	7	47
	@ericcolchonero	8	70
	@diegovasquezmo	17	88
	@OraBx	11	66
	@ThelmaAldana	77	77



Empresario de Turismo, AGEXPORT

# Marlene Martínez

@Marlene\_MartinP  
Followers: 336



SparkScore: 3 Out of 100  
Engagement: 87  
Fake followers: 151 22%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@estrada1fanny		7	75
@avides_vgt		4	77
@joepablo_89		2	74
@cdedelaguila		3	78
@CUTRIGUA		5	82
@AdaFernandez		4	73
@amador1966		4	75
@SATGT		42	63



Gerente de comunicación, AGEXPORT

# Aída Fernández

@AdaFernandez  
Followers: 1,014



SparkScore: 4 Out of 100  
Engagement: 73  
Fake followers: 218 21.6%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@MaloufTony		13	77
@rpaizk		9	77
	@diegoedeleon	4	35
@estrada1fanny		7	75
@amador1966		4	75
@jpbercian1		5	70
@Marlene_MartinP		3	87



MIEMBRO DE AGEXPORT

SparkScore: 2 Out of 100  
 Engagement: 80  
 Fake followers 91 20.0%

# Paola Álvarez

@Paolaalv  
 Followers: 456



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
@inteligencia_me		5	88
@avides_vgt		4	77
@estradaI Fanny		7	75
@MaloufTony		13	77
@MinexGt		36	66
@conniedepaiz		12	74



Gerente de desarrollo de Mercados, AGEXPORT

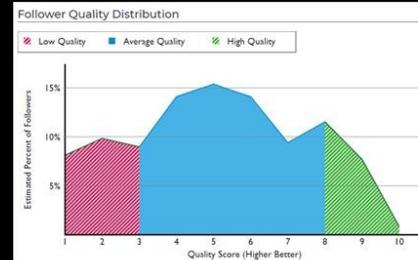
SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 82  
 Fake followers 63 26.9%

@JP\_Fuentes  
 Followers: 28

# Jennifer Fuentes



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@MaloufTony		13	77
@joepablo_89		2	74
@estradaI fanny		7	75
@avides_vgt		4	77
@CACIFnoticias		35	26
@Marlene_MartinP		3	87



Asistente de Comunicación, AGEXPORT

# Andrea Vides

@avides\_vgt  
Followers: 1,014



SparkScore: 4 Out of 100  
Engagement: 77  
Fake followers 303 28.9%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@MaloufTony		12	80
@joepablo_89		2	74
@roxalegría		6	87
@inteligencia_me		5	88
	@calvarez_pl	14	77
@Marlene_MartinP		3	87



Analista de medios, AGEXPORT

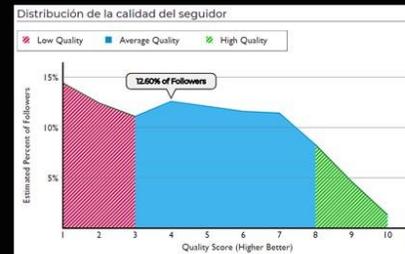
# Isabel Silva

@isa\_silin  
Followers: 603



SparkScore: 2 Out of 100  
Engagement: 56  
Fake followers 230 38.0%

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@notTooLateFor	4	67
@joepablo_89		2	74
@AGEXPORTGT		27	62



Community manager, AGEXPORT

# Sonia Ramos



SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 71  
 Fake followers: 21 20.2%

@SoniaRM  
 Followers: 104

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	64
@estrada1fanny		7	75
@CACIFnoticias		35	26
@Marlene_MartinP		3	87
@Malouffony		12	80
@CongresoGuate		36	26
@SATGT		42	63
@amador1966		4	75
@jpbercian1		5	70



Analista, AGEXPORT

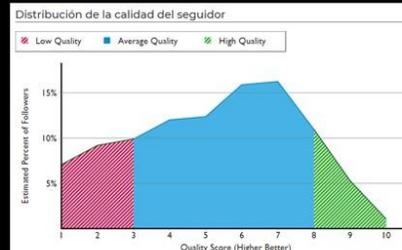
# José Chávez



SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 86  
 Fake followers: 74 26.1%

@chepechvz  
 Followers: 283

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
	@Schuldensuehner	66	73
@CACIFnoticias		35	37
	@Celiaguilera	6	80
	@Ardon_Jose	13	87
@roxalegría		6	87
	@rony_manutd	2	59
	@radio_infinita	19	40



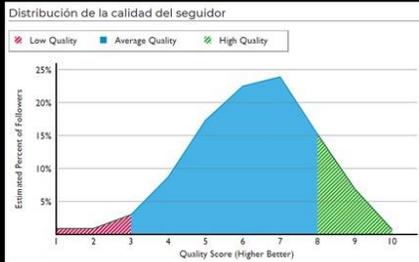
Economista, AGEXPORT



# roxalegría

@roxalegría  
Followers: 1,347

SparkScore: 6 Out of 100  
Engagement: 83  
Fake followers 63 4.8%



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
	@ElPoblanoGt	5	66
	@Dalia14114605	12	65
	@colochitavaldez	3	73
	@acarmosg	7	89
	@woofer502	3	45



Comisión de Mango, AGEXPORT



# Raúl Illescas

@roxalegría  
Followers: 313

SparkScore: 1 Out of 100  
Engagement: 61  
Fake followers ----



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@isa_silin		2	56
@AGEXPORTGT		27	62
@joepablo_89		2	74
	@OESGuatemala	2	76



Innovación, AGEXPORT



# Devadit Barahona

@Devadit  
Followers: 344

SparkScore: 1 Out of 100  
Engagement: 81  
Fake followers 51 14.8%



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGI		27	62
@CACIFnoticias		35	37
	@ComscoreLATAM	2	76
@Malouffony		12	80
	@imarchant	10	78



Director, AGEXPORT



# Ninoshka

@ninoshlinde  
Followers: 307

SparkScore: 2 Out of 100  
Engagement: 76  
Fake followers 60 19.5%



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGI		27	62
@jzapata_s		16	92
@TriGabe		8	82
@avides_vgt		4	86
@Marlene_MartinP		3	85
@cdedelagulla		3	77
@republicagt		44	23



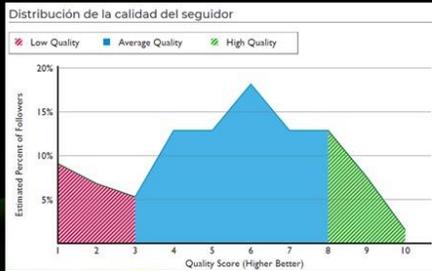
Gerente Sector Contact Center & BPO, AGEXPORT



# Wendy Mena

@miniwen  
Followers: 132

SparkScore: 1 Out of 100  
Engagement: 78  
Fake followers: 28 21.2%



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGI		27	62
@SATGI		42	66
@estrada1fanny		8	75
@Prensa_libre		55	6
@avides_vgt		4	86
@CACIFnoticias		35	37
@GUATEMINECO		33	37
@sonora969		44	9



Analista de Competitividad y Acceso a Mercados, AGEXPORT

## Mapa de actores

SECTORES AGEXPORT

ANÁLISIS EN SPARKTORO

AGEXPORT 2019



# AGEXPORTa

SparkScore: 27 Out of 100  
 Engagement: 64  
 Fake followers 5,347 19.5%



Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
		4	86
		3	85
		3	77
		12	73
		35	37
		8	75
		42	63



# Agritrade

SparkScore: 3 Out of 100  
 Engagement: 81  
 Fake followers 20 11.2%



@AGRITRADECA  
 Followers: 178

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
		5	86
		4	86
		12	78
		8	75
		4	75
		2	74
		44	23



# Siex de AGEXPORT

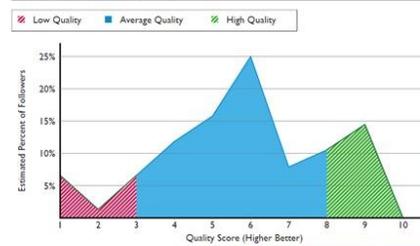
SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 78  
 Fake followers: 11 14.5%

CONGRESO REGIONAL DEL OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO OEA

@SiexDeAgexport  
 Followers: 76

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
@		42	63
@	@wovallesat	8	75
	@ezapeta	4	8
	@BLPlegal	2	74
		37	33
		3	78

Follower Quality Distribution



# AGEXPORT, Encuentro tecnológico

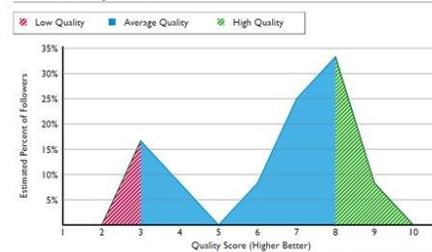
SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 22  
 Fake followers: 2 16.7%



@encuentrotecno1  
 Followers: 12

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
		4	86
	@campus_tec	8	62
		5	86
		2	74
	@Lorenbin	4	82

Follower Quality Distribution



# AGEXPORT, Inteligencia de mercados

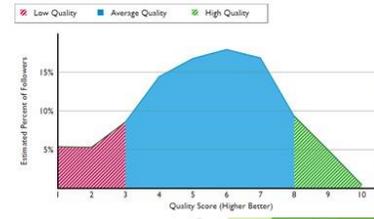
SparkScore: 5 Out of 100  
 Engagement: 86  
 Fake followers: 277 19.%



@inteligencia\_me  
 Followers: 1,449

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
		4	86
	@Euromonitor	44	43
	@mintelnews	36	24
		12	78
		4	86
		8	75
		36	66

Follower Quality Distribution



# AGEXPORT, EXPOMUEBLEGT

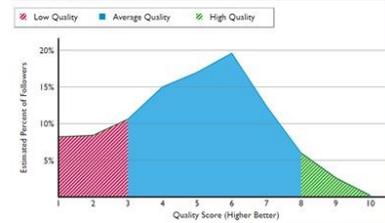
SparkScore: 2 Out of 100  
 Engagement: 81  
 Fake followers: 135 27.2%



@ExpomuebleGT  
 Followers: 500

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
		43	6
	@Guatevision tv	5	86
		4	86
		2	74
		12	78

Follower Quality Distribution



# Manufexport

SparkScore: 1 Out of 100  
 Engagement: 75  
 Fake followers: 25 21.6%

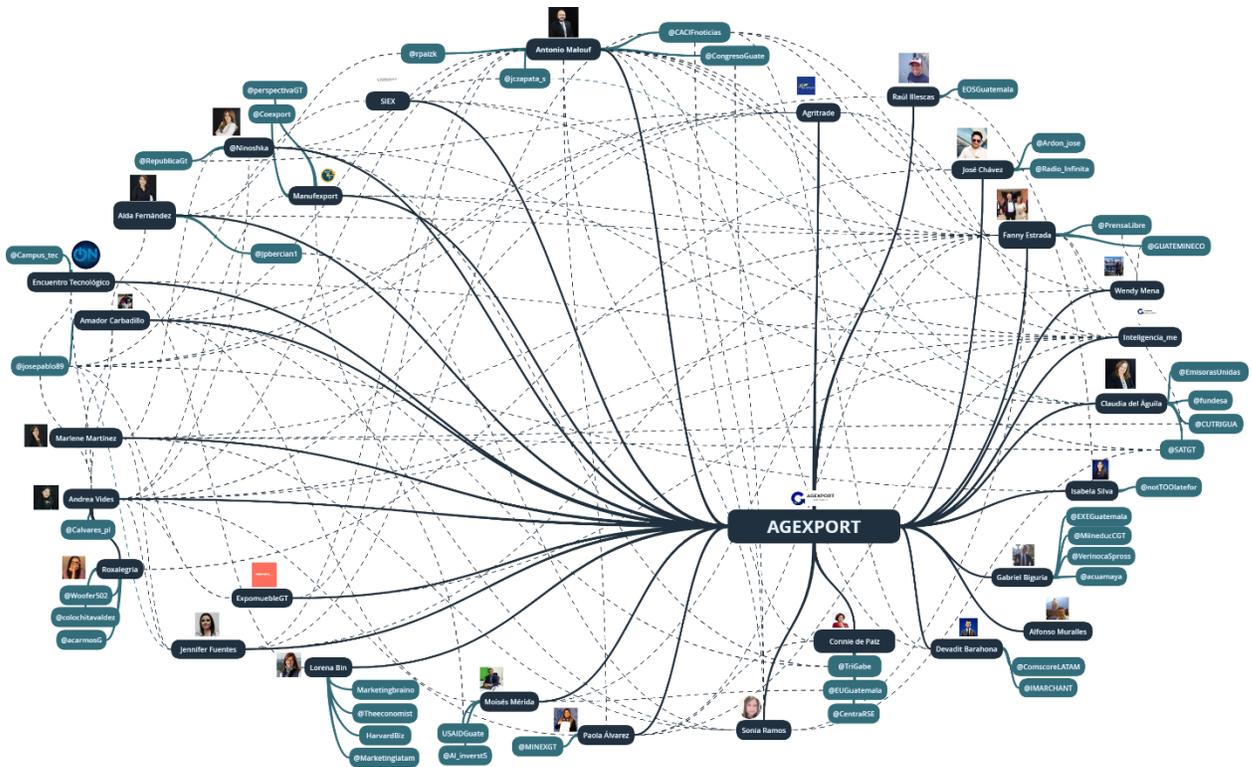


@manufexport  
 Followers: 116

Seguidores Relacionados	Seguidores sin relación	SparkScore	Engagement Score
@AGEXPORTGT		27	62
@avides_vgt		4	86
@inteligencia_me		5	86
	@PerspectivaGT		
@USAIDGuate		18	76
@estrada1fanny		8	75
	@coexport	14	69



## Resultado de SPARKTORO PARA TWITTER:



Fuente: Marlen Cristina Santiago López

5) **Estrategia:** realizar un benchmarking, estudiando demás periódicos digitales de Europa, Perú, México, España para guiar al analista de medios a crear un sitio web interactivo, innovador para atraer más vistas. Esto con un monitoreo de otros periódicos digitales de los países antes mencionados.

**Objetivos comunicacionales:** Conocer otras plataformas de periódicos digitales con la finalidad de realizar mejores al periódico de Agexport hoy.

**Acciones desarrolladas:** se investigaron los diferentes sitios web en donde se encuentran los periódicos digitales de otras instituciones exportadoras de Europa, México, Perú, con objetivo de desarrollar mejoras en el periódico digital de AGEXPORT.



## Planificación 1) ¿Qué se quiere medir?

Nombres de páginas de exportación, colores, secciones, ¿a quién va dirigido?, edad, diferencias encontradas entre páginas.

### • 2) ¿a quien se va a medir?

Portales y páginas con contenido similar al tema de exportaciones.

### 3) ¿cómo vamos a hacerlo?

Monitorear diversas páginas sobre exportación y realizar una colección de datos acerca de ellas para obtener la información adecuada.



## Datos:

- A continuación, se describirá las siguientes páginas:
  - Adex Data Trade
  - A.N.I.E.R.M.
  - ICEX
  - Unión Europea



Perú

## Portal: ADEX Data Trade

<http://www.adexdatatrade.com/Default.aspx>

fundada en 1973

ADEX Data Trade

QUE ES EL ADT PRODUCTOS NOSOTROS CLIENTES INGRESAR ADEX

SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL QUE BRINDA LA MÁS COMPLETA INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ CON EL MUNDO.

ADEX DATA TRADE (ADT) Ver más tarde Compartir

ADEX Data Trade

ADQUIERE EL ADT SOLICITA USUARIO DE PRUEBA

PRODUCTOS MERCADOS EMPRESAS SECTORES

P M E S

Consulta en línea

Dirección de página: <http://www.adexperu.org.pe/lista-servicios/>

La empresa tiene como finalidad el representar y prestar servicios a organizaciones asociadas como exportadores, importadores y prestadores de servicios al comercio.

Esta constituida por empresas grandes, medianas y pequeñas que tienen la visión de alcanzar objetivos empresariales ambiciosos.

Tienen servicios diseñados para cubrir los aspectos de la gestión de comercio exterior de una compañía.

Asimismo, cuenta con el Instituto de Comercio Exterior y Escuela de Pos Grado fomentamos el conocimiento del comercio exterior de acuerdo últimas tendencias del mercado global para formar líderes y profesionales competitivos.

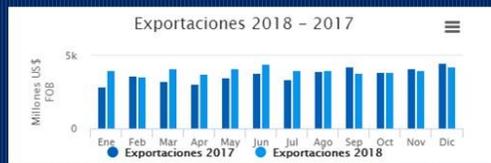
En su página se muestra los datos de las exportaciones sobre millones de dólares en FOB (puerto de carga convenido o libre a bordo), variación por FOB y peso neto miles TN



En la página se encuentra una sección en donde aparece los perfiles de países, brindando información más detallada sobre cada uno al seleccionarlo.



- Esta plataforma se adapta a los diferentes formatos de dispositivos
- Una sección de oportunidades comerciales e información complementaria como estudios de mercado y fuentes claves de comercio exterior
- Se pueden realizar búsquedas avanzadas de carácter cualitativo y cuantitativo
- Cuentan con estadísticas de importación y exportación por sectores económicos, descripción comercial
- Los usuarios pueden realizar análisis de inteligencia comercial identificando los mercados de los principales productos de interés, empresas que lo exportan y volúmenes de mandados
- Ofrece un análisis de demanda internacional para descubrir nuevos mercados y clientes
- Ofrece boletines sectoriales



# Sección de prensa:

## PUBLICACIONES

TODAS LAS PUBLICACIONES
MES INICIO
AÑO INICIO
MES FIN
AÑO FIN



# Revista ADEX:

IMPACTO ECONOMICO	PERÚ COMPITE	GUÍA EXPORTADORA	CONTENIDO DE EXPORTACIÓN
Exposimentaria 2018: Feria general exportadora de ventas por US\$ 850 millones. <b>PAG. 10</b>	ADEX 20 años de la Convención Binacional de Comercio. <b>REDES PARA IMPULSAR NEGOCIOS Y ASES</b> <b>PAG. 26</b>	SEPA USA CAPITALIZACIÓN INMEDIATA PARA LAS EMPRESAS PERUANAS <b>PAG. 30</b>	WOLFFSTETTER EN ECONOMÍA DIGITAL: TENDENCIA PRESENTE A NIVEL NACIONAL <b>PAG. 90</b>
EXPOSIMENTARIA EN CIFRAS: SALONES TEMÁTICOS REALIZARON PRODUCTOS PERUANOS. <b>PAG. 13</b>	En el contexto de planes de libre comercio el uso de productos regionales. <b>EVOLUCIÓN REACTORES AGRÍCOLAS GARANTIZAN CACAO DE CALIDAD</b> <b>PAG. 28</b>	DE EXPORTACIÓN: 53. Prácticas Avanzadas de Valor Agregado. <b>PAG. 54</b>	AUSTRAL GROUP: APOYANDO PRODUCTOS PARA CONSUMO HUMANO DIRECTO. <b>PAG. 90</b>
13. EMPRESAS ASOCIADAS A ADEX PARTICIPAN EN LAS 10 OBRAS DE VITINA DE MARCA Y EMPRESAS SÓLIDAS.	EN EXCLUSIVA: Embajador de Australia en Perú, Nicholas McCortney. "PERÚ Y AUSTRALIA LOGRARÁN UN VÍNCULO EXTENSO Y PROFUNDO EN EL MEDIANO PLAZO". <b>PAG. 40</b>	DATA: RANKING DE EMPRESAS EXPORTADORAS NO TRADICIONALES EN FEBRERO AGOSTO DEL 2018. <b>PAG. 52</b>	NEW FASHION PERÚ: AVANZA FOR DRESSING ADEE PARA SU JÓVENES. <b>PAG. 90</b>
14. SE FORTALECE LA CREATIVIDAD DE LAS EMPRESAS INNOVADORAS EN LA OFERTA DE SERVICIOS.	LECCIONES: EXPORTAR EN LA ERA DIGITAL. <b>PAG. 42</b>	DE EXPORTACIÓN: 54. Soler Intrade S.A.C., empresa de alimentos de origen peruano, se prepara a México y USA. PICANTE PERUANO APUNTA AL NORTE.	AGRO EXPORTACIONES PERU FOODS S.A.C.: COMPARE NACIONAL PARA REDUCIR TIEMPO DE PROCESO. <b>PAG. 90</b>
16. TITULO CASILLI CASILLI PERU EN LA EXPOSIMENTARIA: "SICRUMBIEMBO" DE EXPORTACIÓN.	GUÍA EXPORTADORA: "E-COMMERCE" TENDENCIA VITAL PARA EL SECTOR. <b>PAG. 44</b>	MUNDO ADEX: El fortalecimiento de la economía peruana por parte del MINCETEX. <b>PAG. 50</b>	ARTISA INCREMENTA PRODUCCIÓN DE LANGOSTINOS. <b>PAG. 92</b>
18. No olvide seguridad jurídica al garantizar a contribuyentes: ADEX PIDE SUSPENDER VIGENCIA DE NORMA INTELIGIVA.	DIVITE LAS MUCAS COMO APROXIMAR UNA INSPECCIÓN LABORAL. <b>PAG. 45</b>	DE EXPORTACIÓN: 56. COPIE EN LA EXPOSIMENTARIA. <b>PAG. 58</b>	PERUVIAN KOSHER FOOD & DRINKS S.A.C. INGRESARÁ A ISRAEL Y EEUU. <b>PAG. 92</b>
20. Tendencia general de la exportación ADEX, pero hay que estar alerta: QUE EL MUNDO NOS SOBREPASA.	PROGRAMA E-AD: Beneficiarios a exportadores e importadores. <b>ARIANA BIENVENIDA DIGITALIZACIÓN</b> <b>PAG. 46</b>	DE EXPORTACIÓN: 59. ECOMERT PERU S.A.C. CERTIFICACION PARA EMPRESAS AGROEXPORTADORAS Y MANUFACTURERAS. <b>PAG. 59</b>	AEON: CERTIFICACIONES PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROEXPORTADOR. <b>PAG. 92</b>
21. El futuro de mañana en el Perú exportador en el OTRO TURISMO.			AMAZ FOODS REFORZARÁ SU PRESENCIA EN ASIA. <b>PAG. 92</b>

## Sector:

Manufacturas

## Comités sectoriales :

- Artesanías
- Confecciones
- Joyería
- Manufacturas diversas
- Metalmecánico
- Químico
- Textil

## Comités sectoriales :

- Servicios al Comercio Exterior
- Comercio e Importaciones

## Sector:

Servicios al Comercio Exterior

Centros Educativos de Adex

- Instituto Adex
- Escuela Adex



## Comités sectoriales :

## Sector:

Agroexportaciones

- Agroindustrias, alimentos y bebidas
- Agropecuario
- Capsicum
- Café y cacao
- Colorantes naturales
- Frutas y hortalizas frescas y procesadas
- Flores
- Menestras y otros granos
- Productos Naturales
- Piscos y Vinos

## Comités sectoriales :

- Madera e Industria de la Madera
- Pesca y Acuicultura
- Minas y Canteras
- Envases y Embalajes

## Sector:

Servicios e Industrias Extractivas

## A quienes se dirige:

- Empresarios

## Colores:

- Los colores que dominan en este portal son:
- Azul
- Rojo
- Blanco

## Redes sociales:

- Facebook: [@Asociaciondeexportadores](#)
- Twitter: [@ADEX\\_PERU](#)
- Linked In: [Asociacion de Exportadores ADEX](#)
- Youtube: <https://www.youtube.com/user/exportares>



## México:

## Portal: Anierm

<http://www.anierm.org.mx/quienessomos.php#x>  
fundada en 1944

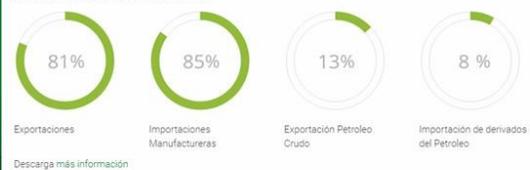


- Tiene como objetivo promover la internacionalización de las empresas, productos y servicios mexicanos.
- Es una entidad civil **sin fines de lucro** que agrupa y representa no solo a importadores y exportadores de una amplia gama de productos, sino también a operadores logísticos, agentes aduanales, instituciones de crédito, empresas de servicios y en general, a toda la comunidad vinculada directa o indirectamente con el comercio exterior mexicano.
- Despliega una permanente acción institucional ante diversos organismos e instituciones públicas y privadas con el objetivo de crear y mantener un entorno que facilite la actividad empresarial y el desarrollo de intercambio comercial de México con el mundo.

- El menú para entrar y obtener mas información



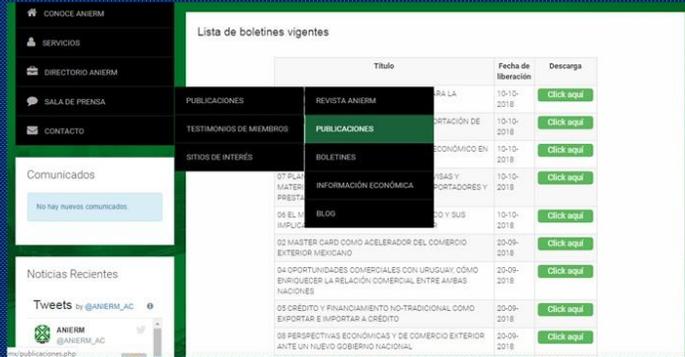
#### ALGUNAS ESTADÍSTICAS DEL SECTOR



- Muestran algunas estadísticas de sectores.

## Sección de prensa:

Las sección de publicaciones no contiene mensajes o comunicados en donde se pueda acceder a información de eventos o noticias relacionadas con la entidad.

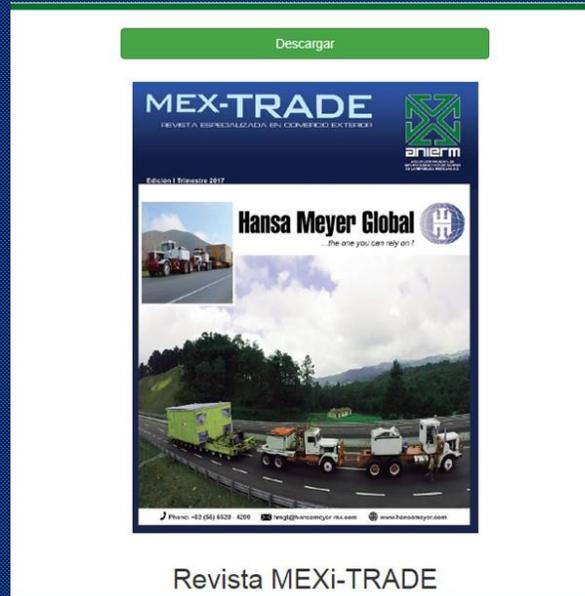


En el índice, se encuentra la sección de sala de prensa, publicaciones y boletines, en esta última se puede descargar información de interés y de relación para los empresarios, pero, no se ha actualizado desde octubre 2018 y solamente se encuentra una lista de 10 boletines.



## Revista ADEX:

Se descarga la revista en formato PDF



## Sectores:

- Industria agroalimentaria: exportaciones de alimentos, Pielés, Café, Hortalizas, entre otros.
- Industria metalmecánica: exportaciones de Maquinaria Industrial, Metales, Herramientas, entre otros.
- Departamento de logística: transportistas, costos logísticos.
- Industria textil: exportaciones de textiles.
- Industria automotriz: para empresarios que exportan Autopartes y Vehículos

## A quienes se dirige:

- Empresarios
- Comunidad vinculada directa o indirectamente con el comercio exterior mexicano.
- Instituciones públicas y privadas
- Asociados

## Colores:

- Los colores que dominan en este portal son:
- Verde esmeralda
- Negro
- Blanco

## Redes sociales:

- Facebook: ANIERM
- Twitter: @ANIERM\_AC
- Youtube: ANIERM AC



España:

Portal: ICEX

<https://www.icex.es/icex/es/index.html>



- Es una entidad pública empresarial cuyo fin principal es la promoción de la internacionalización de la economía y de la empresa española y la mejora de su competitividad
- Generar atracción y la promoción de las inversiones extranjeras en España.
- Trabaja estrechamente vinculado con las principales organizaciones empresariales, Cámaras de Comercio y agrupaciones sectoriales que engloban el tejido empresarial español.



- El menú para entrar a la plataforma de ICEX y navegar por sus distintas opciones.



- Al costado derecho se encuentra la opción de **agenda**, al entrar en ese link, se encuentran las diferentes opciones de cursos y eventos que tienen agendados para el resto de meses que quedan del año.



- En la opción **reciba nuestros boletines** se puede ingresar a las diversas opciones en donde se encuentra más información sobre cursos, becas, noticias de inversión, seminarios, de interés para empresarios y exportadores que naveguen por la página.



## Sección de prensa:



## Revista ICEX:

Esta revista se encuentra de modo digital, se observa el menú de ella de esta manera.



### Sección de noticias

**Podcast: Hábitat español en Rusia: calidad reconocida**  
18/06/2019 | Leer más

Rusia presenta interesantes oportunidades para el sector español en materia de calidad, pero también surge una buena oportunidad para dar a conocer a los agentes (empresas, artesanos o distribuidores) el fundamento para aprovechar el potencial de este mercado.

**¿SABÍA USTED...?**  
Cuentan el maestro del obituario

**Japón es uno de los países más endeudados del mundo: 236% de su PIB.**

**Podcast: el sector editorial en EE. UU. recibe una nueva página**  
13/06/2019 | Leer más

Este mes julio está llamado a ser un año profundo transformador, impulsado por la digitalización y los cambios en las preferencias de los consumidores.

**'Start up' en Brasil: ecosistema en crecimiento**  
09/06/2019 | Leer más

El entorno emprendedor vive un momento especial en Brasil. Impulsado fundamentalmente por la transformación digital en la industria y a su vez sectorial, el país

Para más información haga clic en la imagen.

### Sección de observatorio

**OBSERVATORIO**

**Argelia: novedades arancelarias**  
19/06/2019 | Leer más

Los actores locales en general introdujeron en enero de este año nuevas mercancías adicionales, por volúmenes y de alta regularidad para 1.076 posiciones arancelarias, luego reducidas en parte en abril. En total, casi las especificaciones arancelarias de marzo al primer cuadrimestre de 2019 aumentaron en comparación con el mismo período del año anterior.

**Moda y productos infantiles españoles: vendiendo creatividad**  
26/06/2019 | Leer más

La crisis de 2008 fue el detonante que provocó que el boom de los países y sus negocios que componen nuestro tejido industrial para su industria se reorientaron en otros mercados más allá de nuestras fronteras, especialmente en Asia. Pero la demanda de estos mercados, así como su alta rentabilidad, están provocando que muchos compañías se dirijan a estos mercados. El ICEX apoya estos negocios gracias a su sector. Para más información haga clic en la imagen.

**VIDEOS**

**¿SABÍA USTED...?**  
Cuentan el maestro del obituario

**Japón es uno de los países más endeudados del mundo: 236% de su PIB.**

### Sección de invertir en:

**MÁS ARTÍCULOS "INVERTIR EN"**

24/06/2019  
**México, motor del este africano**  
20/06/2019  
**Mongolia: en la vanguardia de la inversión**  
24/06/2019  
**Perú, un referente para la empresa española**  
21/06/2019  
**Nigeria: un coloso continental**  
07/06/2019  
**Georgia: en mi mind!**

**NOTICIAS**

**EAU amplía la lista de actividades afiladas a la promoción del extranjero**  
20/06/2019

**Rusia destaca a España como el mejor país para los españoles**  
20/06/2019

**Notable caída de la inversión extranjera en el sector de las telecomunicaciones**  
20/06/2019

**La UE con destino África: ¿cuál es la causa?**  
20/06/2019

**AGENDA**

Agenda | Invertir en | Leer más

24 de octubre de 2019 - 17 de octubre de 2019  
16/06/2019

4 de noviembre de 2019 - 18 de octubre de 2019  
16/06/2019

## Sectores:

- **Sector agroalimentario:** Animales vivos, sus productos y su alimentación  
otras industrias agroalimentarias (aceite de oliva, azúcar y productos de confitería, ingredientes y aditivos para la alimentación, otras grasas y aceites, panadería, pastelería, entre otros)  
pescados, mariscos y sus transformados  
productos cárnicos y sus transformados  
productos de origen vegetal.
- **Bebidas:** Bebidas sin alcohol  
otras bebidas alcohólicas  
vinos.
- **Bienes de consumo:** Hábitat  
industrias culturales  
Moda  
ocio.

## Sectores:

- **Industria y tecnología:** Biotecnología  
defensa y seguridad militar  
Demás maquinaria y componentes industriales  
Equipamiento para colectividades (Climatización, Equipamiento Para Hostelería y Restauración),  
equipos de protección y seguridad laboral  
Equipos Municipales (mobiliario urbano)  
Equipos para manipulación de fluidos  
Equipos y Componentes Electrónicos e Informáticos  
Fundición y siderurgia
- **Servicios:** Distribución comercial, franquicias  
Infraestructuras, construcción, ingeniería y medio ambiente  
Servicios a empresas  
Servicios de tecnologías de la información y las comunicaciones  
Servicios para ciudades inteligentes  
Servicios relacionados con la producción energética  
Turismo, gastronomía y ocio

## Sectores:

Agroalimentarios **Bebidas** Bienes de consumo Industria y tecnología Servicios



## A quienes se dirige:

- Empresarios
- Asociados

## Colores:

- Los colores que dominan en este portal son:
- rojo
- Amarillo
- Blanco
- Gris oscuro

## Redes sociales:

- Facebook: @icex.es, ICEX España Exportación e Inversiones@icex.es
- Twitter: @ICEX\_
- Youtube: icex
- Linked In: ICEX

## Unión Europea:

## Portal: UE

<https://trade.ec.europa.eu/>

The screenshot shows the homepage of the European Union website. At the top, there is a header with the EU flag and the text "Unión Europea" and "europa.eu". To the right, there is a search bar and a language selector set to "español (es)". Below the header, there is a navigation menu with the following items: "Inicio", "Acerca de la UE", "La UE por temas", "EU law", "Vida y negocios", "Documentos y publicaciones", and "Contacto". The main content area is divided into two columns. The left column is titled "Vivir, trabajar y viajar en la UE" and lists various services: "Trabajo y jubilación", "Educación y juventud", "Sanidad", "Derechos del consumidor", "Viajes", "Vivir en el extranjero", "Familia – leyes de otros países de la UE", and "Conducción". The right column is titled "Hacer negocios en la UE" and lists various business-related services: "Empresas emergentes", "IVA y aduanas", "Normas europeas", "Contratación y bienestar del personal", "Importación y exportación", "Financiación y subvenciones", "Normas medioambientales", and "Contratación pública en la UE: normas y directrices".

**CONTENIDOS DE LA PÁGINA**

- Base de datos arancelaria (TARIC)
- Vender en la UE
- Comerciar con la UE
- Protección de los consumidores

**Vender en la UE**

- [Prestar servicios en otro país de la UE](#)
- [Venta a distancia](#)
- [Normas de competencia](#)
- [Pagos](#)

**Comerciar con la UE**

- [Importar y exportar en la UE](#)
- [Exportar de la UE: base de datos de acceso al mercado](#) (EN)
- [Acceso a los mercados mundiales: portal de internacionalización de las PYME](#) (EN) (FR)
- [Exportar a la UE](#)

**Protección de los consumidores**

- [Cláusulas contractuales abusivas](#)
- [Garantías para el consumidor](#)
- [Responsabilidad de su empresa en caso de productos defectuosos](#)
- [Resolución de litigios](#)

**Exportando desde la UE - lo que necesita saber**

La base de datos de acceso al mercado (MAD) proporciona información a las empresas que exportan desde la UE sobre las condiciones de importación en los mercados de terceros países:

**United Kingdom**

**Brexit**

La Comisión Europea ha incluido en su Base de datos de acceso al mercado información detallada sobre las normas adoptadas por las autoridades del Reino Unido que se aplicarán a las importaciones del Reino Unido desde la UE, en caso de un Brexit sin acuerdo.

**Cómo te ayuda esto? / Qué información puedes llegar allí?**

- [Detachos e impuestos](#) sobre las importaciones de productos en países específicos
- [Procedimientos y documentos](#) requeridos para el despacho de aduana en el país socio, perteneciente a la UE
- [Estadísticas](#) sobre los flujos comerciales de bienes entre la UE y países no pertenecientes a la UE
- [Barreras comerciales](#) que afectan sus exportaciones
- [Medidas de seguridad alimentaria y sanidad animal y vegetal](#)
- [Acuerdos comerciales, v. normas de origen](#)
- [Servicios para PYME](#)
- [Información del comercio del país](#)

**Últimas actualizaciones:**

- 11 jul 2019 [Korea FTA](#): actualización de ciertos capítulos, organismos modificados genéticamente (OMG), información de contacto
- 11 jul 2019 [Cameroon](#): Empezada en vigor con la evaluación de la conformidad previa a la expedición, la contratación pública y...
- 11 jul 2019 [Tailandia](#): Cambios en las tarifas

**TRADE HELPDESK**

European Commission / Trade / EU Trade Helpdesk / Home page

Quiero exportar a la UE

Quiero exportar a partir de:  A un estado miembro de la UE:  Código de producto:

Más información acerca de nuestros países socios [+](#) [Encuentra el código de producto](#)

[Ver los límites y los requisitos](#)

## Sección de prensa:

Web oficial de la Unión Europea

[Acerca de la UE >](#) [La UE por temas >](#) [Sala de prensa de la UE >](#)

Qué es la UE, instituciones y [Información sobre agricultura,](#)

**Reflejos >**

**Normas de consumo de la UE: Airbnb coopera con la Comisión Europea y las autoridades de consumo de la UE mejorando la forma en que presenta las ofertas**



11/07/2019 - Asuntos del consumidor y salud pública / Transportes y viajes

La Comisión Europea anunció que, como resultado de las negociaciones con Airbnb, la plataforma ha mejorado y aclarado la forma en que presenta las ofertas de alojamiento a los consumidores, lo que ahora está en línea con las normas establecidas en la legislación del consumidor de la UE.

Hoja informativa con los cambios de Airbnb.

Más información sobre los cambios de Airbnb y sobre las medidas de cumplimiento de los consumidores.

**Pronóstico económico para el verano de 2019: crecimiento opacado por factores externos**



**Últimos comunicados de prensa y declaraciones**

La ESMA aborda las inquietudes sobre obligaciones comerciales derivadas tras la entrada en vigor de EMIR Refit

Economía y el euro | 12/07/2019 - 15:55 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

---

Declaración Pública MIFIR DTO

Economía y el euro | 12/07/2019 - 15:53 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

---

La AEVM publica las respuestas a su Consulta sobre índices e intercambios reconocidos en virtud del CRR.

Economía y el euro | 12/07/2019 - 15:52 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

---

La AEVM consulta las directrices de divulgación en virtud del Reglamento de prospectos

Economía y el euro | 12/07/2019 - 14:52 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

---

Consulta sobre el proyecto de Directrices sobre requisitos de divulgación en virtud del Reglamento sobre prospectos

Economía y el euro | 12/07/2019 - 14:44 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

---

Consulta del formulario de respuesta sobre las Directrices sobre requisitos de divulgación en virtud del Reglamento de Folleto.

Economía y el euro | 12/07/2019 - 14:41 | Autoridad Europea de Valores y Mercados, otros organismos y agencias

Documento de consulta sobre las directrices para la divulgación de...

**EU consumer rules: Airbnb cooperates with European Commission and EU consumer authorities improving the way it presents offers** (EN) (FR)



11/07/2019

- Últimos comunicados de prensa (EN) (FR)
- Calendario (EN) (FR)

**Resultados de las elecciones europeas de 2019**



## Sectores:

1. Industrias aeronáuticas
2. Industria automotriz
3. Biotecnología
4. Productos químicos
5. Construcción
6. Productos cosméticos
7. Industrias de defensa
8. Industrias de ingeniería eléctrica y electrónica.
9. Armas de fuego
10. Industria de alimentos y bebidas.
11. Juego
12. Industrias de la salud
13. Industrias marítimas
14. Ingeniería mecánica
15. Dispositivos médicos
16. servicios postales
17. Equipos a presión y aparatos de gas.
18. Materias primas, metales, minerales e industrias forestales.
19. Economía social
20. Espacio
21. Textiles, moda e industrias creativas.
22. Turismo
23. Juguetes

## A quienes se dirige:

- Empresarios
- Personas en general

## Colores:

- Los colores que dominan en este portal son:
- Blanco
- Azul claro
- Rosa grisáceo

## Redes sociales:

- Facebook: <https://www.facebook.com/UNION-Europea>
- Twitter: [@UEGuatemala](#)
- Youtube: European Commission
- Linked In: Union Europea

## Diferencias:

Descripción	ADEX Data Trade	Anierm	ICEX	Unión Europea
• Su portal es diferente al de la página de ADEX y este es interactivo, sin embargo, solo se puede ingresar con un usuario y una contraseña.	X			
• No tiene contenido que le de diferenciación de los otras páginas		X		
• Cuenta con la opción de fototeca, no cuenta con una selección grande de carpetas de eventos, productos, personas, vinos y lugares			X	
• Tienen la opción de elegir una biblioteca en línea en donde se puede encontrar un manual de internacionalización,			X	
• Es el único portal que tienen similitud con el observatorio de competitividad y AGEXPORT hoy.			X	
• Es un sitio web que aporta información directa de los requisitos para los exportadores a Unión Europea.				X
• No es un portal únicamente sobre exportaciones, amplia información sobre empleo, educación, política, desarrollo, entre otros temas.				X
• Contiene políticas y estrategias de cada sector				X

6) Estrategia: 6. Realizar un análisis de los diferentes partidos políticos que están en la contienda electoral 2019 para descubrir sus planes de trabajo y como este puede beneficiar al sector exportador. Se utilizará para informar en forma breve a la Directora de Relaciones Institucionales en el panel con analistas políticos que se celebrará en AGEXPORT.

Objetivos comunicacionales: Se utilizará para informar en forma breve a la Directora de Relaciones Institucionales para el panel con analistas políticos que se celebrará en AGEXPORT.

Acciones desarrolladas: Descubrir los planes de trabajo de cada partido político para descubrir cómo estos pueden beneficiar al sector exportador.



Plan de gobierno  
Candidatos a la presidencia  
2020 - 2024

# Partido:



Estas son las principales promesas incluidas en el “Plan de gobierno de la UNE”, se considerarán los temas de interés institucional:

Puntos relevantes sobre:	En este plan de gobierno de la Une, se plantea:
Aduanas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recuperar el consejo interinstitucional para la prevención y combate a la defraudación fiscal, con ello, aspiran a preparar una <i>iniciativa de ley</i> que fortalezcan el mandato de entidades que lo integren. En colaboración con entidades públicas y privadas pretenden promover el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los agentes económicos.</li> </ul>
Política tributaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar una política tributaria fundamentada en la implementación del plan integral para recuperar la recaudación de impuestos, el que incluirá los principios y lineamientos que se describen a continuación:               <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Justicia tributaria:</b> proteger a los contribuyentes que se esfuerzan en proteger a cabal y puntualmente las obligaciones tributarias y lograr que el contribuyente que incumpla con esta normativa, la corrija.</li> <li><b>MINFIN:</b> recuperar el rol de este ente rector de la política fiscal y política tributaria.</li> </ol> </li> </ul>

	<p>c) <b>Recuperación de la SAT como ente administrativo de la política tributaria:</b> transformar a la SAT en una entidad de servicio que ayude y facilite a los contribuyentes en cumplir sus obligaciones. Adoptar esquemas modernos de fiscalización basados en <i>modelos de riesgo</i> con apego estricto a la ley.</p> <p>d) <b>MINFIN y SAT:</b> diseñar e implementar un plan integral para <i>la formalización económica</i> el que considere mecanismos tributarios como factura electrónica para facilitar e incentivar al sector informal a regularizar su situación, considerando regímenes especiales temporales destinados a sectores estratégicos.</p> <p>e) <b>MINFIN, SAT y MINECO:</b> diseñar e implementar un plan de evaluación permanente, transparencia y eficacia de los incentivos fiscales y tratamientos tributarios diferenciados existentes. Implementar un <i>sistema estadístico</i> que reporte pública y transparente los beneficios recibidos, empleos creados, las nuevas inversiones, comparando su costo fiscal con el valor económico y social de los empleados e inversiones logradas.</p>
<p>Política de empleo como prioridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar <i>programa: empleo joven</i>, que permitirá subvencionar un 50% del salario mínimo.</li> <li>• Efectuar el <i>programa de empleo inclusivo</i> para personas con discapacidades, mayores de 40 años de edad y jubilados.</li> <li>• Impulsar al programa de certificación de competencias y tiempo parcial (175 OIT)</li> <li>• Impulsar programas de intermediación laboral (espacios para unir la demanda con la oferta)</li> <li>• Crear zonas económicas en las regiones fronterizas (México-Honduras-El Salvador y Belice). Se respaldará la instalación de empresas y fábricas en el interior del país de industria de manufactura, con el fin de dinamizar la economía familiar y reducir las causas de migración.</li> <li>• Lograr certeza jurídica de las inversiones, la propiedad y estabilidad económica.</li> <li>• Impulsar el reglamento de convenio 169 de la OIT, como una medida de generación de confianza para llegar a las metas de los programas que se presentan a continuación:</li> </ul> <p>a) Infraestructura vial para el desarrollo</p> <p>b) Vivienda</p> <p>c) Emprendimiento MYPIMES: promover y respaldar con ayuda técnica y crediticia los fideicomisos del MINECO Y MAGA -Guate invierte-, el desarrollo de incubadoras de emprendimiento, priorizando microcréditos a mujeres y jóvenes, también, priorizar el apoyo técnico y crediticio a las pequeñas y medianas empresas.</p> <p>d) Turismo: impulsar empresas municipales, promocionar nuevos destinos jurídicos, mejorar la infraestructura vial de acceso a 15 destinos.</p> <p>e) Impulso a la economía rural: crear un régimen simplificado fiscal para la regularización tributaria de actividades agropecuarias de mediana y pequeña escala, ganadería, porcina, pesca que provengan de sistemas sostenibles y ambientalmente amigables. De igual manera, fortalecer un sistema de acceso a créditos agropecuarios, seguros agrícolas y sistemas de riego mediante el fideicomiso -Guate invierte-.</p> <p>f) Energía verde</p> <p>g) Agua y medio ambiente</p> <p>h) Recuperación forestal</p>

Metas, costo fiscal y fuente de financiamiento					
Áreas de interés analizadas	¿Presentó propuesta?	¿Especificó metas?	¿Estimó costo fiscal?	¿Identificó fuente de financiamiento?	METAS
Carga tributaria	si	no	no	no	
Superintendencia de Administración Tributaria	si	no	no	no	
Reducción de la evasión, del contrabando y fraude fiscal	si	no	no	no	
Exenciones y tratamientos tributarios diferenciados	si	no	no	no	
Programas de protección social	si	no	no	no	
Mejoras en efectividad y eficiencia del gasto público	si	no	no	no	
Política salarial en el sector público	si	no	no	no	
Costo de la deuda pública	no	no	no	no	
Revisión y actualización de los delitos contra la administración pública	no	no	no	no	
Medidas antisoborno al sector privado	si	no	no	no	
Generación de empleo	si	no	no	no	
Empleo en el sector privado	no	no	no	no	
Empleo en el sector público	no	no	no	no	
Exportaciones	no	no	no	no	
Pymes y MiPymes	no	no	no	no	
Cooperativismo	no	no	no	no	
Competitividad, innovación y clima de negocios	si	no	no	no	
Economía informal	si	no	no	no	



- Ampliar la cobertura de los servicios públicos, logrando acceso a los más necesitados
- Mejorar la calidad en la prestación de los servicios públicos
- Fortalecer las instituciones para lograr las metas planeadas

Son tres líneas definidas que ellos quieren revisar y plantear como una táctica ambiciosa y concreta. Su objetivo será dar seguimiento al cumplimiento de los resultados del plan de gobierno, con el fin de que cada ministerio se sienta comprometido con su cumplimiento.

A continuación, se presenta una de las propuestas sobre la *reestructuración del Estado* que presenta este partido, debido a:

- a) la multiplicidad de ministerios y secretarías que repiten funciones, de instituciones que hacen más difícil el funcionamiento de estas, por el manejo de aprobaciones innecesarias
- b) numeroso personal y gasto administrativo en las entidades públicas que responden a favores políticos en donde el personal no demuestra estar preparado para cumplir su rol

**Ministerios y secretarías actuales, propuesta de Reestructura Institucional.**

✓ Ministerio de Desarrollo Social	<b>Ministerio de Igualdad de Oportunidades</b>
✓ Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional	
✓ Secretaría de Bienestar Social de la Presidencia de la República	
✓ Secretaría de la Paz	<b>Ministerio de Obras Públicas</b>
✓ Secretaría Presidencial de la Mujer	
✓ Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas	<b>Ministerio de Productividad Agrícola</b>
✓ Secretaría de Obras sociales de la Esposa del presidente	
✓ Ministerio de Comunicación, Infraestructura y Vivienda	
✓ Instituto de Fomento Municipal	<b>Ministerio de Innovación, Comercio e Inversión</b>
✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación	
✓ Secretaría de Asuntos Agrarios de la Presidencia	
✓ Ministerio de Economía	
✓ Ministerio de Energía y Minas	<b>Ministerio de la Presidencia</b>
✓ Secretaría Nacional de Ciencias y Tecnología	
✓ Secretaría General de la Presidencia de la República	
✓ Secretaría Privada de la Presidencia	<b>Secretaria de Desarrollo Indígena</b>
✓ Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia	
✓ Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la presidencia	
✓ Fondo de Desarrollo Indígena Guatemalteco	<b>Ministerio de Finanzas Públicas</b>
✓ Defensa de la Mujer Indígena	
✓ Comisión Presidencial Contra la Discriminación y Racismo Contra los Pueblos Indígenas	
✓ Ministerio de Finanzas Publicas	
✓ Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia	

Estas son las principales promesas incluidas en el “Plan de gobierno de CREO”, se considerarán los temas de interés institucional:

Puntos relevantes sobre:	En este plan de gobierno, se sugieren 3 áreas de reformas para sostenibilidad del gobierno:
Reforma política	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar reformas a la <i>Ley Electoral y de Partidos Políticos</i> por el incremento a la incertidumbre sobre los procesos electorales. La idea es crear un gobierno con competencia electoral, en donde se evite el peligro de caer en una democracia de apariencia y de autoritarismo.</li> <li>• Promover una agenda legislativa de reforma al Estado, incluyendo las siguientes leyes:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ley de Servicio Civil</li> <li>2. Ley de Contraloría General de Cuentas</li> <li>3. Nuevo Sistema de Contrataciones del Estado</li> <li>4. Probidad y responsabilidad de funcionarios y Empleados Públicos</li> </ol> </li> </ul>
Orden y transparencia de finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la Superintendencia de Administración Tributaria con énfasis en el control de aduanas, cumplimiento tributario mediante la aplicación de gestión de riesgo, gestión de información y sistemas informáticos actualizados.</li> <li>• Políticas de responsabilidad fiscal para un desarrollo socioeconómico</li> <li>• Combatir la evasión tributaria, defraudación aduanera para financiar el gasto público de manera sostenible</li> <li>• Impulsar reformas a la Ley de Contrataciones del Estado sobre la propuesta presentada en el 2109 por el Ministerio de Finanzas en Cooperación con el Banco Mundial.</li> </ul>
Lucha anticorrupción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar <i>Guate nominas</i> para un verdadero Registro Único de Empleados Públicos, que abarque a todas las entidades del Sector Público No Financiero</li> <li>• Mejorar la normativa de fideicomisos, viáticos, dietas y subsidios para la rendición de cuentas y transparencia</li> </ul>
<b>puntos relevantes</b>	<b>En este plan de gobierno de CREO también se planifica:</b>
Economía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reactivación de la economía logrando mayor inversión en las pequeñas, medianas y grandes empresas</li> <li>• Crear la Zona Especial de Frontera NAFTA (tren, gas y conectividad)</li> </ul>
MYPIMES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveer becas de formación técnica</li> <li>• Acceso a crédito para facilitar el crecimiento de la MYPIMES</li> <li>• Recurso para inversión de riego y transformación de plantaciones</li> <li>• Programas Beca-empleo para jóvenes</li> <li>• Guarderías para facilitar empleo a madres trabajadoras</li> </ul>
Inversión extranjera y local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa desde la presidencia de atracción y facilitación de inversión extranjera al país</li> <li>• Desentrampar la inversión en grandes proyectos como: explotación petrolera, puertos, aeropuertos, autopistas</li> <li>• Facilitar el crecimiento de empleos en el sector de call centers</li> </ul>
Exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PYMES exportan directo a los consumidores</li> </ul>

Fuente: plan de gobierno CREO, 2010 – 2014

CREO, espera tener aproximadamente medio millón de familias beneficiadas por incremento de ingresos:

Proyectos de creación de empleo	Trabajadores y autoempleados
<b>Ingreso de las MYPIMES</b>	
Proveer becas de formación técnica	20,000
Facilidad de acceso a crédito	10,000
Recursos para inversión en riego y transformación de plantaciones	65,000
Programa beca-empleo para jóvenes	65,000
Guardería para facilitar el empleo a madres trabajadoras	4,000
<b>Inversión extranjera y local</b>	
Atraer y defender la creación de empleos	24,000
Proyectos turísticos de gran escala y alto valor	130,000
Facilitar el crecimiento de empleos en el sector call center	40,000
<b>Exportación</b>	
PYMES exporta directo a los consumidores	20,000
Crear la Zona Especial de Frontera NAFTA (tren, gas y conectividad)	60,000
<b>Numero esperado de empleo y trabajadores para los próximos 4 años</b>	<b>492,000</b>

#### Costo de plan de Gobierno

A continuación, se presentan 2 tablas en donde se muestra como se pagará el plan de gobierno y los costos de los distintos programas de CREO para los cuatro años de gobierno.

El presupuesto de programas adicionales es por 56 mil millones para los 4 años de gobierno. Servirá como indicador del esfuerzo que necesita Guatemala para salir de la actual economía que no genera empleo y no provee las necesidades básicas de la población. CREO indica que este presupuesto generará un promedio del **2.3% del PIB** para los 4 años de gobierno.

Fuentes de financiamiento para los proyectos del plan de gobierno	Millones de quetzales durante 4 años
Ahorros por reordenar el Gobierno Central y sus entidades	Q 1,500
Recaudación adicional	Q 29,165
Rigidez presupuestaria:50% del ingreso fresco	Q - 14,583
Ingresos y reservas INTECAP	Q 752
Ingresos CONALFA	Q 994
Emisión de deuda para inversiones	Q 38,224
<b>Total en quetzales durante los 4 años de gobierno</b>	<b>Q 56,052</b>

Programas nuevos del plan de gobierno	En millones
Becas para formación técnica	Q 656
Acceso a crédito	Q 440
Riego y transformación de plantaciones	Q 3,870
Defender y atraer empleos	Q 1,500
Proyectos turísticos de gran escala y alto valor	Q 3,900
Crecimiento de empleos en el sector call center	Q 178
Servicio militar vocacional	Q 1,070
PYMES que exportan directamente al consumidor	Q 55
Economía naranja	Q 312
Urbanización	Q 4,000
Investigación y desarrollo	Q 480
NAFTA	Q 580
medicina barata	Q 230
Médicos cercanos	Q 5,394
Reconstrucción hospitales	Q 1,925
Alumbrado público	Q 400
Licitación internacional y atracción de interesados internet	Q 25
Más alimento	Q 385
Remesa potenciada	Q 200
Hogares rurales más sanos	Q 2,500
Desarrollo vial	Q 17,937
Policía Nacional de Tránsito	Q 581
Educación profesores nivel básico	Q 670
Becas universitarias	Q 246
Institutos técnicos	Q 3,343
Escuelas con mejor desempeño	Q 30
Clases y Tvs inteligentes	Q 336
Paquetes para Duolingo y GeoGebra	Q 93
Sistema penitenciario e investigación	Q 1,301
Prevención en escuelas prioritarias	Q 29
fuerza policial	Q 3,188
Centros de gobiernos regionales	Q 197
<b>Total millones de quetzales en 4 años de gobierno</b>	<b>Q 56,052</b>

Metas, costo fiscal y fuente de financiamiento					
Áreas de interés analizadas	¿Presentó propuesta?	¿Especificó metas?	¿Estimó costo fiscal?	¿Identificó fuente de financiamiento?	METAS
Carga tributaria	no	no	no	no	
Superintendencia de Administración Tributaria	si	no	no	no	
Reducción de la evasión, del contrabando y fraude fiscal	Si	no	no	no	
Exenciones y tratamientos tributarios diferenciados	no	no	no	no	
Programas de protección social	no	no	no	no	
Mejoras en efectividad y eficiencia del gasto público	si	no	no	no	
Política salarial en el sector público	no	no	no	no	
Costo de la deuda publica	no	no	no	no	
Revisión y actualización de los delitos contra la administración publica	no	no	no	no	
Medidas antisoborno al sector privado	no	no	no	no	
Generación de empleo	si	no	no	no	
Empleo en el sector privado	si	no	no	no	
Empleo en el sector público	no	no	no	no	
Exportaciones	no	no	no	no	
Pymes y MiPymes	si	no	no	no	
Cooperativismo	no	no	no	no	
Competitividad, innovación y clima de negocios	si	no	no	no	
Economía informal	no	no	no	no	



**Partido:**

Estas son las principales promesas incluidas en el “Plan de gobierno del partido Humanista”, se considerarán los temas de interés institucional

Puntos relevantes sobre:	Este plan de gobierno del partido Humanista plantea:
Aumentar la base de contribuyentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unir esfuerzos para combatir la pobreza, generar empleo, creación de empresas y aumento de la formalidad, lo que requiere de:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitaciones sobre formalidades en la inscripción y declaración de impuestos</li> <li>2. Mayor presencia de la SAT en todo el país, así como, facilitar los trámites en línea</li> <li>3. Coordinación institucional entre la SAT e instituciones que implementaran planes económicos</li> <li>4. Mejorar los procesos de recaudación</li> </ol> </li> </ul>
Agricultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• generar un fondo revolvente de 1,500 millones de quetzales para lograr 21 hectáreas anuales cuenten con sistema de riego</li> <li>• Un segundo fondo revolvente para que cada hectárea de terreno reciba paquetes tecnológicos y financiamiento por 70 mil quetzales</li> <li>• Promover el encadenamiento productivo de las <i>exportaciones</i></li> <li>• 672 mil empleos rurales generados en 4 años.</li> </ul>
Contact Center	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un fondo de 225 millones anuales para fono revolvente</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiantes de alto desempeño, recibirán un subsidio de Q1,500 mensuales durante un semestre para aprender inglés e incorporarse a un <i>Contact Center</i></li> <li>200 mil empleos durante los 4 años del periodo presidencial</li> </ul>
Zonas francas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear 200 millones de quetzales para <i>la creación de 4 zonas francas</i> cercanas a los puntos de carga y descarga de mercadería</li> <li>Generar 60 mil empleos</li> <li>Promover capacitación en oficios y habilidades técnicas para mejorar los ingresos a través del empleo formal</li> </ul>
Zonas de desarrollo industrial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la construcción de parques industriales orientados a las actividades de industria que puedan generar empleos en este sector.</li> <li>Aprovechar temas como capacitación técnica, beneficios fiscales, creación de clúster industriales, servicio de transporte, bodegas, entre otros.</li> </ul>
Zonas de desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar inicio a iniciativas que busquen promover la cultura y recursos guatemaltecos como el proyecto estrella “Gran Museo de la Cultura Maya”, alrededor del cual funcionarán servicios hoteleros, centros de convenciones, restaurantes transporte local y extraurbano, servicios turísticos que permitan atraer turismo de toda Mesoamérica</li> <li>Reforzar el apoyo y trabajo interinstitucional de Inguat, Ministerio de Cultura y Ministerio de relaciones exteriores con el objetivo que las embajadas de Guatemala en el exterior sean promotoras de turismo y cultura del país.</li> </ul>
Creación de empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la creación de empresas que garanticen la certeza jurídica y la protección de la propiedad privada de inversionistas extranjeros y guatemaltecos.</li> </ul>
Promoción del país	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar la actividad de promoción de turismo, comercio, intercambios culturales, estructura de insumos y coordinación con INGUAT, Cámara de Comercio, <b>AGEXPORT</b>, entre otros.</li> </ul>

Fuente: Plan de Gobierno 2020 – 2024, partido Humanista 2019

<b>Metas, costo fiscal y fuente de financiamiento</b>					
<b>Áreas de interés analizadas</b>	<b>¿Presentó propuesta?</b>	<b>¿Especificó metas?</b>	<b>¿Estimó costo fiscal?</b>	<b>¿Identificó fuente de financiamiento?</b>	<b>METAS</b>
Carga tributaria	si	no	no	no	-----
Superintendencia de Administración Tributaria	si	no	no	no	-----
Reducción de la evasión, del contrabando y fraude fiscal	Si	no	no	no	-----
Exenciones y tratamientos tributarios diferenciados	no	no	no	no	-----
Programas de protección social	si	no	no	no	-----

Mejoras en efectividad y eficiencia del gasto público	si	no	no	no	-----
Política salarial en el sector público	no	no	no	no	-----
Costo de la deuda publica	no	no	no	no	-----
Revisión y actualización de los delitos contra la administración publica	no	no	no	no	-----
Medidas antisoborno al sector privado	no	no	no	no	-----
Generación de empleo	si	no	no	no	-----
Empleo en el sector privado	si	no	no	no	-----
Empleo en el sector público	no	no	no	no	-----
Exportaciones	no	no	no	no	-----
Pymes y MiPymes	no	no	no	no	-----
Cooperativismo	no	no	no	no	-----
Competitividad, innovación y clima de negocios	si	no	no	no	-----
Economía informal	no	no	no	no	-----

**Partido:**



Estas son las principales promesas incluidas en el “Plan de gobierno del partido VAMOS”, se considerarán los temas de interés institucional

Puntos relevantes:	El plan de gobierno de VAMOS, plantea:	
Economía, competitividad y prosperidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>enfocarse en exportaciones, MYPIMES y turismo como base para la estabilidad macroeconómica, infraestructura estratégica, finanzas equilibradas con el que se pretende hacer atractivo al país para inversionistas nacionales y extranjeros</li> <li>Atraer inversión mejorando la calificación y posición de indicadores internacionales (índice de competitividad, doing business, facilitación del gobierno y competitividad del turismo.</li> <li>Crear el sistema nacional de información de apoyo para la inversión (oportunidades de mercado, proyectos, situación económica y bancaria del país, legislación tributaria, financiera y mercantil, entre otras.</li> <li>Impulsar una agenda digital con la participación del sector privado, sector académico y gobierno, que aborde los desafíos de VAMOS y cree iniciativas concretas y viables para el desarrollo digital de Guatemala</li> </ul>	
Capital humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer y ampliar la cobertura de INTECAP y abrir más instituciones técnicas de formación vocacional, complementando con la política de desarrollo de las MYPIMES.</li> <li>Impulsar a gran escala el aprendizaje del idioma inglés</li> <li>Junto con la Universidad de San Carlos, impulsar más careas técnicas y de formación vocacional para que los egresados puedan contar con una contratación y alinear la demanda del sector laboral.</li> </ul>	
Sector exportador	<ul style="list-style-type: none"> <li>(citan a agexport: las exportaciones son el camino <a href="http://www.export.com.gt">www.export.com.gt</a>)</li> <li>Generar condiciones para cerrar la brecha en la balanza comercial, propiciando llevarla de un 13% del PIB a un 7% a finales del año 2023</li> <li>Mejorar el clima de negocio, impulsando políticas públicas para promover las exportaciones, mejorar la competitividad, eficientizar las instituciones públicas</li> <li>Fortalecer la institucionalidad para facilitar la inversión, producción y venta al exterior de los bienes y servicios, hacia una función promotora del comercio, turismo, inversiones e inteligencia de mercados</li> <li>Generar condiciones de inversión en el sector y exportar en mayor cantidad, propiciando oportunidades de empleo sostenible, tanto en el área rural como en zonas urbanas para incrementar el ingreso en los hogares guatemaltecos</li> <li>Hacer que funcione efectivamente el Consejo Nacional para las Exportaciones CONAPEX</li> <li>Facilitar el acceso al crédito bancario a tasas de interés competitivas, redirigiendo la estrategia financiera del Crédito Hipotecario Nacional</li> </ul>	<p>Conocen que AGEXPORT contribuye al encadenamiento de las MYPIMES, sin embargo, consideran que son esfuerzos aislados que necesitan el apoyo de la política pública, especialmente del Ministerio de Economía y del MAGA.</p>

Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un Gabinete de Turismo, complementándose con el fortalecimiento del Consejo Nacional de Turismo, sector privado y Comités Locales de Turismo</li> <li>• Impulsar la creación del Viceministerio de Turismo en el Ministerio de Relaciones Exteriores, dándole una posición más económica y de inteligencia de información.</li> <li>• Diseñar la estrategia de marketing integral turístico que establezca un plan de mercado nacional e internacional</li> <li>• Derogar las leyes que se opongan a la estrategia de impulso del turismo, reformando la Ley del Organismo Ejecutivo en cuanto al enfoque y reestructura de Ministerio de Relaciones Exteriores.</li> </ul>
AGEXPORT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover los encadenamientos productivos con empresas exportadoras, con apoyo de AGEXPORT, se pondrá a disposición de los pequeños productores información de los mercados y de compradores para la relación comercial directa.</li> <li>• Alimentar las sedes diplomáticas con información oficial y privada, para que puedan alinear la información nacional respecto de la información del mercado del país. Dicha información será proporcionada por el Gabinete Económico, AGEXPORT y las organizaciones de MYPIMES exportadoras organizadas.</li> </ul>

Fuente: Plan de Gobierno, VAMOS, 2020 – 2024

<b>Metas, costo fiscal y fuente de financiamiento</b>					
<b>Áreas de interés analizadas</b>	<b>¿Presentó propuesta?</b>	<b>¿Especificó metas?</b>	<b>¿Estimó costo fiscal?</b>	<b>¿Identificó fuente de financiamiento?</b>	<b>METAS</b>
Carga tributaria	si	si	no	no	-----
Superintendencia de Administración Tributaria	si	no	no	no	-----
Reducción de la evasión, del contrabando y fraude fiscal	Si	no	no	no	-----
Exenciones y tratamientos tributarios diferenciados	si	no	no	no	-----
Programas de protección social	si	no	no	no	-----
Mejoras en efectividad y eficiencia del gasto público	si	no	no	no	-----
Política salarial en el sector público	si	no	no	no	-----
Costo de la deuda publica	si	no	no	no	-----

Revisión y actualización de los delitos contra la administración pública	no	no	no	no	-----
Medidas antisoborno al sector privado	no	no	no	no	-----
Generación de empleo	si	no	no	no	-----
Empleo en el sector privado	no	no	no	no	-----
Empleo en el sector público	no	no	no	no	-----
Exportaciones	si	no	no	no	-----
Pymes y MiPymes	no	no	no	no	-----
Cooperativismo	no	no	no	no	-----
Competitividad, innovación y clima de negocios	si	no	no	no	-----
Economía informal	si	no	no	no	-----

Recuperado de [icefi.org/elecciones2019](http://icefi.org/elecciones2019), 9 de junio del 2019

**Partido:**



Estas son las principales promesas incluidas en el “Plan de gobierno del partido UNIDOS”, se considerarán los temas de interés institucional

Puntos relevantes:	El plan de gobierno de UNIDOS plantea:
Economía y creación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo económico 7% PIB crecimiento anual</li> <li>• 20 mil millones de dólares en inversión extranjera</li> <li>• Acceso a crédito para toda la población</li> <li>• Inclusión financiera para toda la población</li> <li>• Incrementar a 16 millones las capacitaciones técnicas para trabajo en 4 años con apoyo de INTECAP.</li> <li>• Proyecto productivo en todas las comunidades</li> <li>• Fomento del crecimiento de las MYPMES</li> </ul>
Política exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración regional con América latina</li> <li>• Trabajo conjunto con Estados Unidos e Israel</li> <li>• Migrantes</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Inteligencia de mercados</li> </ul>

Referido de: [www.luisvasquez.com/index](http://www.luisvasquez.com/index), 9 de junio del 2019

Unidos, no tiene un documento en donde detalle ampliamente su plan de gobierno, se encontró información en la página web de Luis Vásquez.



### 3.4. Control y seguimiento

Estrategia	Objetivos	Indicadores cualitativos
Implementar notas periodísticas basadas en la guía de redacción institucional, que ayude a crear contenido informativo actualizado al periódico digital AGEXPORT HOY.	Comunicar de manera externa los eventos importantes realizados en AGEXPOR, actualizando día con día la información.	Llevar la guía de redacción de AGEXPORT y mantener al día las noticias de la institución, es importante ya que es como este sitio mantiene su comunicación externa con el público. Se supo acoplar y mantener la redacción de las notas de este sitio.
Trabajar en la plataforma de GLIFOS, archivando todas las fotografías de los eventos del año 2018.	Apoyar al departamento de comunicación en la actualización y archivo de la plataforma Glifos, con la finalidad de su uso rápido al ser solicitadas por algún departamento de AGEXPORT o bien para su aplicación en las notas de AGEXPORT HOY	La plataforma Glifos se llevó a cabo con una gran efectividad, se logró archivar las mejores fotografías de los eventos del año 2018.  La analista de medios y demás departamentos tendrán un mejor acceso a estos archivos para sus notas o publicidad para sus eventos.
Crear una estrategia de comunicación para AGEXPORT HOY.	Innovar y buscar nuevos métodos para implementar en el periódico digital, AGEXPORT HOY.	Se presentó esta estrategia para poder colaborar con ideas y así aportar a la visualización del periódico digital de manera interna.

<p>A través del sitio web SPARKTORO, crear una presentación que guie al editor de publicaciones y la gerencia de comunicación a realizar como un proyecto futuro el estudio de audiencia de los diputados del próximo gobierno de la red social Twitter, encontrando el engagement, los fakes followers audit y relación entre cuentas, como apoyo al Director de Relaciones Institucionales</p>	<p>Con el fin de trabajar en un mediano plazo en un análisis sobre los diputados electos y su relación con los directivos de AGEXPORT, se utilizará la plataforma de sparktoro para la comprensión de resultados que este puede dar.</p>	<p>Es un antecedente que se deja para que posteriormente se pueda implementar esta herramienta y así analizar la relación entre miembros de AGEXPORT y diputados que tomarán posesión en el gobierno de Giamattei.</p>
<p>Realizar un benchmarking, estudiando demás periódicos digitales de Europa, Perú, México, España para guiar al analista de medios a crear un sitio web interactivo, innovador para atraer más vistas.</p>	<p>Conocer otras plataformas de periódicos digitales con la finalidad de realizar mejores al periódico de Agexport hoy.</p>	<p>Con la presentación de esta estrategia, se obtuvieron ideas que serán implementadas en un mediano plazo, esto con el fin de agregar contenido que atraiga a más público interesados en las noticias sobre el mundo exportador.</p>

## **Conclusiones**

El trabajo realizado puede evidenciar que llevar un orden y los pasos adecuados, se puede realizar una buena estrategia y fortalecer específicamente los puntos tratados.

Es importante que el comunicador que realiza un proyecto posea las herramientas necesarias que le hará entender mejor un problema, además de investigar y poseer nuevos conocimientos que sean de apoyo para la creación de material que ayudan a la institución y a los miembros de esta, que sean la compañía ideal en el proceso. Es necesario que se tengan expectativas y que se trabaje en el cumplimiento de estas.

Con estrategias y acciones creadas específicamente para un problema se pueden lograr cambios y soluciones ideales en el ejercicio de prácticas supervisadas. En la institución le darán a uno la guía de lo que es necesario cumplir, solo es de poner en acción lo aprendido en las aulas de clase, aprender, mejorar, guiar y ser proactivo para demostrar el nivel profesional por el que estamos optando a un título de licenciatura.

## **Recomendaciones**

El proceso de comunicación debe tener un procedimiento después de su ejecución, esto con la finalidad de fortalecer el ejercicio de prácticas, así como, comprobar que funcionaron las estrategias ejecutadas.

Es importante que el comunicador entienda que es una herramienta que puede mejorar y cambiar ciertos procesos dentro de una institución.

Definitivamente uno como comunicador practicante aprende nuevos conocimientos y los ejecuta, el tiempo de realizar un trabajo después de las practicas requiere de un tiempo adecuado para su implementación, por lo que obtener guías adecuadas generaría grandes cambios así como nuevas oportunidades.

## Glosario de términos

### A

- 1) AGEXPORT: Asociación Guatemalteca de Exportación
- 2) Apícola: es la actividad dedicada a la crianza de las abejas, se le presta cuidados necesarios con el objetivo de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar.
- 3) Agexport hoy: es la plataforma de la institución que permite dar a conocer a los entes externos, todas las actividades relacionadas a la institución.
- 4) Data export: Es la revista institucional en formato digital y físico que permite trasladar información sobre los acontecimientos relevantes llevados a cabo en determinadas temporadas para el público en general, socios, empresarios y empleados de AGEXPORT.

### B

- 5) Benchmarking: es un proceso de análisis e investigación, por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de otras empresas para realizar una comparación con los de la propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

### C

- 6) COFAMA: es la comisión de muebles, madera y sus productos de AGEXPORT.

### E

- 7) ECE: Escuela de Comercio Exterior
- 8) Endomarketing: esta es una herramienta de mercadotecnia cuyo objetivo es incrementar el compromiso de los trabajadores de una institución, ya que es una técnica que busca motivar al equipo de trabajo para la obtención de buenos resultados, aumenta el compromiso, reduce la rotación y atraer el talento cualificado. Es más una política para el departamento de Recursos Humanos.
- 9) Engagement: es la capacidad de un producto o un usuario de crear relaciones sólidas y duraderas con otros usuarios para generar compromiso y establecer una relación estable, duradera y profunda, interactuando con el mismo y brindándole un trato especial.
- 10) GLIFOS: es una empresa dedicada al diseño de comunicación visual, diseño gráfico, sitios web con la que trabaja AGEXPORT para la elaboración de una plataforma de archivo de fotografías de las actividades de la institución.

### I

- 11) ICREA: Industrias creativas

- 12) I+D+I: es el asesor de innovación, desarrollo e investigación de AGEXPORT.
- 13) Intranet: es una red que utiliza la tecnología del protocolo de internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación exclusivamente dentro de una organización.

## **M**

- 14) MYPIMES: se llama así a la abreviación de pequeñas y medianas empresas que incluye a la microempresa. Son entidades independientes con alta predominancia en el mercado comercio de un país.

## **O**

- 15) OIT: es la organización internacional de trabajo que reúne a gobiernos, empleadores y trabajadores de 187 países con el fin de establecer normas de trabajo, formular políticas y elaborar programas para promover trabajo decente para hombres y mujeres.

## **P**

- 16) Proyecto al-invest: Es un proyecto financiado por la Unión Europea que ayuda a ejecutar actividades financiadas por esta entidad, para el desarrollo de proyectos que beneficien al sector exportador.

## **S**

- 17) SAC: Servicio al cliente
- 18) SEADDEX: es un sistema electrónico de autorización que se encarga de brindar una herramienta a los exportadores asociados para la obtención de los documentos necesarios y servicios relacionados en una sola plataforma que agilice el proceso.
- 19) SIEX: Servicios integrados para la exportación
- 20) SOFEX: software de exportación
- 21) Sparktoro: es un sitio web en el que se pueden monitorear las cuentas de Twitter, con la finalidad de conocer el movimiento de las cuentas, sus seguidores y gráficas de los perfiles personales de los usuarios de interés.

## **V**

- 22) VESTEX: vestuario y textiles
- 23) VUPE: Ventanilla única al exportador

## **Bibliografía:**

- Ibáñez Jesús, las medidas de la sociedad, revista española de investigación sociológica, 1985.
- Ruiz Olabuénaga, “metodología de la investigación cualitativa”. Bilbao, universidad de Deusto, 1996.
- Bonilla Castro, Elsy y Rodríguez Sehk, Penélope, “más allá del dilema de los métodos de la investigación en ciencias sociales. 3ra. edición, Santafé de Bogotá, ediciones Uniandes, 1997.
- Sandoval Casilimas, Carlos A. programa de especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social, “investigación cualitativa”. ARFO editores, 2002.  
Sandhusen L. Richard, compañía editorial Continental, 2002.
- Trespalacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, Internacional Thomson Editores, 2005.
- Behar Rivero, Daniel Salomón. “Metodología de la investigación”, edición A. Rubeira, 2008.
- Hernández, Fernández y Baptista, metodología de la investigación, 6 edición. México, Mcgrwall Hill Education. 2014.

## **Egrafía:**

- AGEXPORT: <http://export.com.gt/>, Recuperado el 16 de abril, 2019.
- Universidad de Colima, recuperado el 13 de octubre, 2019.  
<http://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>

## Anexos

### Entrevistas

Las preguntas que continuación se presentan fueron creadas con fin investigativo, para conocer sobre el tema de “Comunicación Interna” de la institución para el ejercicio de prácticas supervisadas.

<b>Nombre:</b>	Andrea Vides García
<b>Cargo:</b>	Analista de Medios
<b>Lugar:</b>	Departamento de comunicación de AGEXPORT
<b>PREGUNTAS</b>	
1	Para usted: ¿Qué es la comunicación interna?
2	¿Sabe cuáles son las herramientas de comunicación interna que se implementan en su departamento?
3	A nivel institucional ¿cree que funciona el método de comunicación entre los empleados?
4	¿Existe una buena relación entre departamentos? ¿Por qué?
5	Con respecto al tema ¿Qué cambiaría dentro de la institución?

1. Es aquella que se dirige a los colaboradores de la institución o empresa con el fin de generar un buen clima laboral y así aumentar la productividad además de lograr que los trabajadores se identifiquen con la misión y visión en el lugar donde laboran. Ayuda a dar soluciones adecuadas en el clima laboral del trabajador.

2. En el caso de AGEXPORT utilizan varias herramientas como son las carteleras en cada nivel del edificio en el cual se pueden colocar anuncios relacionados a los proyectos estratégicos de cada departamento.

- También se cuenta con un manual el cual se les facilita a los nuevos colaboradores que se integran a la institución y donde se da a conocer los sectores de exportación, departamentos integrados, así como el resaltar que Guatemala es un país exportador.

- Se cuenta con un correo electrónico donde a través del Departamento de Gestión Humana (quienes ven la comunicación interna) envían información como los cumpleaños de la semana, anuncios sobre descansos, actividades integrales, entre otras.

- En la institución se cuenta con acceso a intranet para que los trabajadores puedan solicitar sus vacaciones vía online con el fin de agilizar el proceso y tener un mejor control de los días de descanso que le corresponden a cada persona.

- Hay un grupo privado en Facebook en el cual se sube información o fotografías de las actividades que hay en la institución con el fin de que los colaboradores puedan compartir fotos de una forma más informal.

3. Sí, el depto. de Gestión Humana ha trabajado para socializar la información con los colaboradores, a pesar de implementar varias herramientas es conocido que a varios trabajadores les incomodara el envío de información a través del correo electrónico.

4. AGEXPORT, por ser una institución tan dinámica ya que cuenta con 26 sectores de exportación cada uno de los mismos organiza eventos donde solicita posicionarse mediáticamente, además para ello se involucra a otros departamentos de compras, promoción comercial, administrativo, diseño y mercadeo para realizar las actividades de forma adecuada, en este sentido, se tiene un buen trabajo en equipo de forma transversal lo cual hace que sean exitosas los eventos.

5. Que haya flexibilidad en los horarios, ya que por motivos del tráfico se complica el regreso para los colaboradores.

Las preguntas que continuación se presentan fueron creadas con fin investigativo, para conocer sobre el tema de “Comunicación Interna” de la institución para el ejercicio de prácticas supervisadas.

<b>Nombre:</b>	José Pablo Coyoy
<b>Cargo:</b>	Editor de publicaciones
<b>Lugar:</b>	AGEXPORT / Departamento de Comunicación
<b>PREGUNTAS</b>	
1	Para usted: ¿Qué es la comunicación interna?
2	¿Sabe cuáles son las herramientas de comunicación interna que se implementan en su departamento?
3	A nivel institucional ¿cree que funciona el método de comunicación entre los empleados?
4	¿Existe una buena relación entre departamentos? ¿Por qué?
5	Con respecto al tema ¿Qué cambiaría dentro de la institución?

1. El intercambio de mensajes en el ámbito local de un grupo o institución, donde no se incluyen audiencias externas a la institución. Ayuda a generar un clima laboral adecuado, creando condiciones para aumentar la productividad del trabajador.

2. Usamos mucho la tecnología: correos electrónicos, aplicaciones como WhatsApp y además hay un sistema interno de chat.

3. El sistema a nivel institucional funciona similar: chat institucional, WhatsApp y correos electrónicos. También hay redes sociales que administra Gestión Humana para informar.

4. Seguramente podría mejorar, desde el punto de vista de la comunicación. Hay factores burocráticos sobre los que se está trabajando para superarlos, pero que ahora mismo todavía dificultan la comunicación. La relación en general funciona porque hay objetivos trazados que todos persiguen, en común e individuales.

5. Probablemente hay actividades grupales que podrían mejorar la comunicación interna, provocar más reuniones de trabajo en equipo y entre departamentos.

Las preguntas que continuación se presentan fueron creadas con fin investigativo, para conocer sobre el tema de “Comunicación Interna” de la institución para el ejercicio de prácticas supervisadas.

<b>Nombre:</b>	Jennifer Fuentes
<b>Cargo:</b>	Asistente de comunicación
<b>Lugar:</b>	Departamento de comunicación de AGEXPORT

### PREGUNTAS

1	Para usted: ¿Qué es la comunicación interna?
2	¿Sabe cuáles son las herramientas de comunicación interna que se implementan en su departamento?
3	A nivel institucional ¿cree que funciona el método de comunicación entre los empleados?
4	¿Existe una buena relación entre departamentos? ¿Por qué?
5	Con respecto al tema ¿Qué cambiaría dentro de la institución?

1) Es una herramienta de comunicación que ayuda a crear un excelente clima laboral entre los trabajadores de una institución. Este colabora con el aumento de la productividad de los trabajadores con el fin de que se sientan identificados con la institución en donde laboran y trabajen de manera proactiva que influirá en una excelente atención al cliente en el presente y futuro.

2) Correo electrónico, redes sociales como Facebook o WhatsApp, intranet para solicitar permisos de descansos, carteleras de anuncios, habladores, entre otras herramientas.

3) Ayuda a agilizar la comunicación entre nosotros mismos, cada uno conoce su rol y se aprende a ayudar al compañero a realizar sus labores y viceversa.

4) Existe una buena comunicación entre departamentos, la gestión humana que trabaja Recursos Humanos ha traído beneficios que a su vez aportada buena relación laboran entre miembros de los diversos departamentos que se encuentran en la institución, además externamente ayudado a crear buenas relaciones de amistad. En ocasiones la información y la colaboración tarda en dar resultados, pero, al final nos complementamos los unos con los otros.

5) Contratación de la cantidad de personal idóneo para cada área.

Tweets Tweets y respuestas Multimedia M

3 6



**Kristhy LoSanti** @KLosanti · 24 may. ▾

La Comisión de Plásticos de @AGEXPORTGT con apoyo de la @MunicipalidadeGuatemala, han galardonado a más de 30 centros educativos por su compromiso con y trabajo para mejorar y ayudar al medio ambiente. Participa con el #Haztupartey aporta tu granito de arena.



2 6

### Galardón del Sector de Plástico: HAZ TU PARTE 2019



**Kristhy Lo Santi** @KrisLoSa... · 02 jul. ▾

El convenio 175 de la OIT regula el trabajo a tiempo parcial y permitiría a las empresas realizar contrataciones por hora pagando prestaciones de ley. Ese nuevo reglamento para trabajar por hora beneficia a mamás o estudiantes que no pueden trabajar en jornadas completas.

### Twitter sobre el convenio 175 de la OIT.



**Kristhy Lo Santi** @KrisLoSa... · 04 jul. ▾

Uno de los beneficios inmediatos de la implementar el convenio 175 OIT, es brindar a las personas que trabajen en tiempo parcial, condiciones laborales dignas como aguinaldo, entre otras prestaciones. @jovenesporguate #convenio175

1 1

Twitter sobre resultados de los estudios de tendencias y oportunidades para exportar café.



**Kristhy Lo Santi** @KrisLoSa... · 24 jun. ▾

El comité de Cafés Diferenciados de @AGEXPORTGT presenta el resultado del estudio "Tendencias y oportunidades de exportación de café con valor agregado" #ExportacionesGt



Colaboración y participación en la grabación del vídeo sobre asesorías especializadas para la Gerencia de Competitividad de AGEXPORT.

 **AGEXPORT**  
Guatemala

SIGUIENDO

2 sept. a las 4:08 PM • 🌐



Evite riesgos y costos innecesarios, consulte por las asesorías especializadas de... **Ver más**

👍❤️😱 107      10 comentarios 48 veces compartido

Me encanta    Comentar    Compartir

# Evento L.I.F.E. 2019

**Tweets** Tweets y respuestas Multimedia M

🗨️ 2 🍷 6 🔄

🔄 Marlene Martinez P. retwitteó

**Kristhy LoSanti** @KLosanti · 05 jun. ▾  
#LIFE2019 un evento regional en donde la innovación y la creatividad en muebles, brindan grandes oportunidades de exportación a los emprendedores nacionales. @AGEXPORTGT 🍷



🗨️ 3 🍷 6 🔄



Colaboración en la grabación del vídeo: ejes estratégicos de la propuesta de AGEXPORT: “retomando el rumbo para generar empleo”.

Para conocer la propuesta completa de AGEXPORT “Retomando el rumbo para crear Empleo Formal 2020- 2023”, visite el sitio web: Observatorio de Competitividad  
[www.competitividad.gt](http://www.competitividad.gt)



Colaboración en la entrevista para socios de AGEXPORT para la edición de la revista DATA EXPORT del período agosto – septiembre 2019.

Programación Entrevistas DataE...

AGEXPORT RUTA DEL EXPORTADOR GUATEMALA				
PROGRAMACIÓN ENTREVISTAS DATA EXPORT EDICIÓN AGOSTO - SEPTIEMBRE 2019				
No.	EMPRESA	CONTACTO	ETAPA	SECTOR
1	UnityFit	Jimena Benitez	II	SERVICIOS
2	Tishas	Luis Pedro Larratega	II	VESTUARIO Y TEXTILES
3	La Marketina	Luisa Fernanda Ruiz	II	MANUFACTURAS
4	La Printeria	Alejandra Ceballos	II	VESTUARIO Y TEXTILES
5	Xoratom, S. A.	Edgar Ramos	II	SERVICIOS
6	Coffeeco, S. A.	Victor Avila	II	AGRICOLA
7	Medifit, S. A.	Carlos Catalán	II	MANUFACTURAS
8	Aglasia	Enrique Arroyo	II	MANUFACTURAS
9	Grupo Hermo / Nutrivisa, S. A.	Luis Meda	III	AGRICOLA
10	Chica Bean, S. A.	José Antonio Martínez	III	AGRICOLA

No.	HORARIO	JUEVES 04	SALÓN
1	08:00-09:30	La Printeria	Salón Tikel
2	09:30-11:00	Chica Bean, S. A.	Salón Tikel
3	11:00-12:30	Medifit, S. A.	Salón Tikel
4	14:30-16:00	Xoratom, S. A.	Salón Río Dulce
5	16:00-17:30	Coffeeco, S. A.	Salón Río Dulce

No.	HORARIO	VIERNES 05	SALÓN
6	08:00-09:30	Nutrivisa	Salón Siete Altarés
7	09:30-11:00	Tishas	Salón Siete Altarés
8	11:00-12:30	UnityFit, S. A.	Salón Siete Altarés
9	14:30-16:00	Aglasia	Salón Siete Altarés
10	16:00-17:30	Aglasia	Salón Siete Altarés



**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Marlen Cristina Santiago López  
**No. Carné y DPI:** 2875806362106  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciada. Marlene Martínez.  
**Institución:** AGEXPORT  
**Supervisor de EPSL:** M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 20 / Al: 25	Mayo	8	8	8	8	8	4	44
2	Del: 27 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8		40
3	Del: 3 / Al: 7	Junio	8	10	8	8	8		42
4	Del: 10 / Al: 14	Junio	9	8	8	10	9		44
5	Del: 17 / Al: 21	Junio	8	8	9	8	8	4	45
6	Del: 24 / Al: 28	Junio	8	8	8	8	8		40
7	Del: 1 / Al: 5	Julio	8	8	8	8	9	4	45
8	Del: 8 / Al: 12	Julio	8	8	9	8	8		45
9	Del: 15 / Al: 19	Julio	8	8	8	9	8		45
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									390

(f)   
 Licda. Marlene Martínez  
 Gerente de comunicación AGEXPORT

(f)   
 Evelyn Hernández – Supervisor EPS

