

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

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para la empresa Bantrab con la revista digital “Emprendo por Ti”

Jane Patricia Méndez Tobar

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre de 2020

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

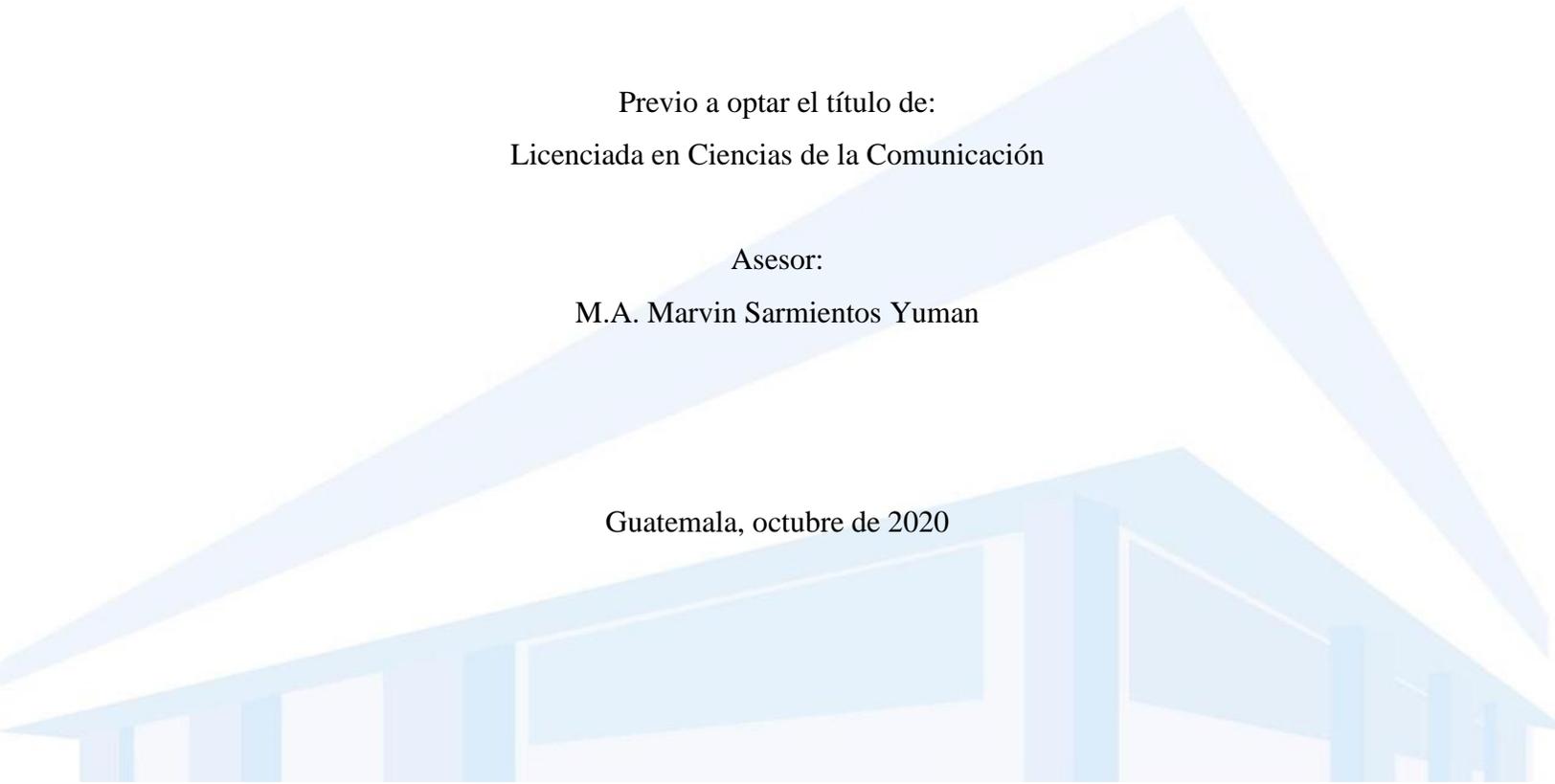
Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para la empresa Bantrab con la revista digital “Emprendo por Ti”

Jane Patricia Méndez Tobar

Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:
M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Guatemala, octubre de 2020



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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 21 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Jane Patricia Méndez Tobar
Carné No. 201321825
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **"Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para la empresa Bantrab con la revista digital Emprendo Por Ti"** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

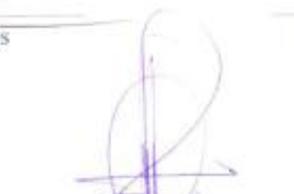
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M. Malvin Sarmientos
Supervisor


M. A. Evelin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 19 de mayo del 2020
EPSL-C89-2020

Licenciada:

Karla Mariela Martínez Marroquín
Directora Corporativa de Recursos Humanos
Banco de los Trabajadores
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Martínez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Jane Patricia Méndez Tobar**, carné no. **201321825** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada *de forma virtual, no presencial* en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación y trabajar *por medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar de igual forma una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL, cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





GERENCIA CORPORATIVA DE RECURSOS HUMANOS

Guatemala, 26 de mayo 2020

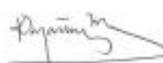
Dr.José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Estimado Dr. Torres:

Me es grato informarle que le fueron autorizadas las Prácticas Supervisadas a la alumna **JANE PATRICIA MÉNDEZ TOBAR**, de la carrera de **LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, las cuales realizará en la **COORDINACION CORPORATIVA DE COMUNICACIÓN EXTERNA**, las mismas se realizarán por medios electrónicos y plataformas virtuales, a partir del **09 de Marzo 2020**, bajo las normas y políticas de la Institución.

Agradeciéndole su atención,

Atentamente,

KARLA
MARELA
MARTÍNEZ
MARROQUÍNFirmado
digitalmente por
KARLA MARELA
MARTÍNEZ
MARROQUÍN
Fecha: 2020.05.26
15:13:37 -06'00'
LICDA. KARLA MARELA MARTÍNEZ MARROQUÍN
GERENTE CORPORATIVO DE RECURSOS HUMANOS



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

Dedicatoria

A Dios y a la Virgen

Por darme la fuerza, sabiduría, entendimiento para salir adelante y culminar mis metas y sueños, sin ellos no sería nada.

A mi padre y madre

Luis Méndez y Flory Tobar por ser el motor de mi vida, por hacerme la mujer que soy hoy, por sus sacrificios, por apoyarme y brindarme su amor en las buenas y en las malas.

A mi esposo

Renato Felipe, por estar a mi lado en los días más difíciles, por aplaudirme mis victorias, por exhortarme a continuar cumpliendo mis metas y sueños, por apoyarme en todo lo que me hace feliz que sé que para él también es su felicidad.

A mis hermanos

Alvaro, Andrea y Andie Méndez por darme su amor incondicional, por hacerme saber lo orgullosos que viven de mí, por estar para mí en los fracasos y en las victorias.

A mi sobrina

Mónica Isabel Méndez, por ser la luz de mi vida, por venirme a alegrar mis días, que sé que cuando sea grande será una mujer de bien y alcanzará todo lo que se proponga, te amo mi princesa linda.

A mi tío

Luis Arturo Aguilar, que desde el cielo sé que se siente orgulloso de mí, a ti, gracias por alentarme a seguir adelante, por ser un ejemplo de una persona correcta, inteligente, transparente y exitosa.

Agradecimientos

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, mi segundo hogar, gracias por abrirme las puertas y formarme como profesional, con orgullo puedo decir que soy sancarlista de corazón.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por brindarme apoyo y conocimiento a lo largo de mi carrera.

Al **Licenciado Walter Pérez**, por su apoyo incondicional, por su paciencia, consejos, disposición y por su ejemplar labor de enseñar a los demás.

Al **Licenciado Marvin Sarmientos**, por su asesoría, paciencia, tiempo, empatía, entrega a su trabajo y apoyo para culminar satisfactoriamente el informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

A **Rodrigo García, Luisa Barreda y Celeste Tello**, por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera y de mi vida, gracias por creer en mí siempre.

Al **Banco de los Trabajadores**, por proporcionarme todo su apoyo para ejecutar mi proyecto en su institución y sea de beneficio a los guatemaltecos.

Índice

Introducción.....	I
Antecedentes.....	II
Justificación.....	III
1. Diagnóstico de Comunicación.....	1
1.1 La institución.....	1
1.2 Perfil institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	1
1.5 Origen e historia.....	1
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	2
1.7 Organigrama de la institución.....	4
1.8 Misión.....	5
1.9 Visión.....	5
1.10 Objetivos institucionales.....	5
1.11 Público objetivo.....	5
1.12 Diagnóstico.....	5
1.12.1 Objetivos.....	5
1.12.2 Objetivo general.....	5
1.12.3 Objetivos específicos.....	6
1.13 Enfoque o tipo de investigación.....	6
1.13.1 Enfoque cuantitativo.....	6
1.13.2 Enfoque cualitativo.....	6
1.13.3 Enfoque mixto.....	7
1.14 Método de investigación.....	7
1.15 Técnica de recolección de datos.....	8
1.15.1 Observación.....	8
1.15.2 Documentación.....	13
1.15.3 Grupos focales.....	14
1.15.3 Encuestas.....	14
1.15.5 La entrevista.....	14

1.16 Resultados de entrevista.....	15
1.17 Documentación	17
1.18 FODA.....	18
1.19 Problemas detectados.....	19
1.20 Planteamiento del problema comunicacional	19
1.21 Indicadores de éxito	19
1.22 Proyecto a desarrollar	20
2. Plan estratégico de comunicación	21
2.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto.....	21
2.2 Objetivos de la estrategia.....	22
2.3 Misión	22
2.4 Visión.....	22
2.5 Elementos comunicacionales	23
2.5.1 Comunicación organizacional	23
2.5.2 Revista digital.....	24
2.6 Alcances y límites de la estrategia.....	27
2.6.1 Alcances	27
2.6.2 Límites.....	28
2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	28
2.7.1 Logotipo	28
2.7.2 Temas para la edición.....	28
2.7.3 Identificar y definir contenido.....	28
2.7.4 Uso de imágenes.....	29
2.7.5 Diseño y colores de revista	29
2.7.6 Verificar la calidad del contenido a publicar en la revista digital	29
2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia.....	29
2.9 Cronograma	30
2.10 Financiamiento.....	30
2.11 Presupuesto	30
2.12 Beneficiarios	31
2.12.1 Principales	31

2.12.2 Secundarios	31
2.13 Recursos Humanos	32
2.14 Áreas geográficas de acción.....	33
2.15 Cuadro comparativo de la estrategia.....	34
3. Informe de ejecución	35
3.1 Estrategia de comunicación externa para la empresa Bantrab con la revista digital “Emprendo por Ti”	35
3.1.1 Objetivo de la actividad.....	35
3.1.2 Público objetivo.....	35
3.1.3 Medio utilizado	35
3.1.4 Área geográfica de impacto.....	35
3.2 Actividades y calendarización	36
Conclusiones.....	IV
Recomendaciones	V
Referencias	VI
E-grafías.....	VIII
Anexos.....	X

Introducción

En la actualidad el país se encuentra en una crisis sanitaria debido a la pandemia Covid-19 que atraviesa. Esto ha generado pérdidas de trabajos, dinero, vidas entre otros. Esta pandemia ha obligado a diferentes instituciones a apearse a la tecnología, reforzando la comunicación en páginas web, redes sociales, plataformas virtuales etc.

A continuación, se presenta el informe completo del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), como parte de la culminación de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El proyecto se realizó en el Banco de los Trabajadores (BANTRAB), ubicado en la zona nueve de la ciudad de Guatemala. Se elaboró un diagnóstico que tuvo como objetivo impulsar un plan de comunicación externa en el cual la institución apoya a todas esas personas emprendedoras, con el fin de proporcionar créditos y financiar el programa de capacitaciones de los futuros emprendedores.

Anteriormente, se recopiló información para ayudar a formular estrategias y acciones que cumplieran con los objetivos, principalmente debido al fortalecimiento de la comunicación externa en la revista que se realizó para el apoyo y crecimiento de los emprendedores guatemaltecos utilizando herramientas que respalden a la misma. Se logró mejorar la comunicación externa del Banco de los Trabajadores, además de un acercamiento con el público objetivo que conoció el trabajo que realizaron las altas autoridades de dicha institución brindándoles un gran apoyo para poder cumplir sus sueños a corto, mediano o largo plazo.

Antecedentes

Bantrab y la Red Nacional de Grupos Gestores lanzaron en el 2018 “Emprendo por Ti”, un programa de desarrollo empresarial gratuito que capacita, durante un año, a personas con ideas creativas de negocio. La primera de las cinco ediciones se realizó en Suchitepéquez; ese año se extendió a Sacatepéquez y Alta Verapaz, y los próximos a Quetzaltenango, Escuintla y Petén. Durante estos dos primeros años, 729 emprendedores de Suchitepéquez, Sacatepéquez y Alta Verapaz fueron beneficiados, 20 de ellos recibieron Q10 mil en capital semilla.

La idea es concluir el proyecto con más de 2,000 personas impactadas y listas para iniciar o mejorar sus negocios. El impacto ha sido positivo. Solo en 2019 se constituyeron 49 nuevas empresas, que generaron 95 empleos, y Q1 millón 145 mil en ventas. Además, se realizaron tres ferias en las que 110 emprendedores vendieron productos y servicios por un total de Q36 mil. Emprendo por ti nace del compromiso de Bantrab con Guatemala y todos los trabajadores.

La ley orgánica establece que el banco debe promover la creación de nuevas fuentes de empleo. Es por ello que el emprendimiento es uno de los ejes de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Existe una revista que maneja el área de comunicación interna llamada “Trabajo por ti”, dicha revista se dirige al grupo objetivo de los colaboradores del banco, la cual es digital y se envía por correo electrónico.

Esta es de suma importancia para informar a los colaboradores de actividades que se llevan a cabo en la institución, reconocimientos a la misma, logros académicos alcanzados por los colaboradores en sus diferentes universidades, resultados financieros que se ven con el tiempo, proyectos a futuro, etc. (Bantrab, 2019)

El programa “Emprendo por Ti” carece de un canal de comunicación fuerte y sólido debido a que en la red social de *Facebook* “Emprendo por Ti” no se encuentra información relevante para las personas interesadas en dicho programa.

“Emprendo por Ti” ayuda a los futuros emprendedores guatemaltecos de las áreas rurales a prepararse como profesionales y lograr vender y presentar productos de calidad. Sin embargo, el grupo objetivo no tiene un sitio donde pueda encontrar datos de importancia o que genere interés para integrarse a dicho programa.

Justificación

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de Guatemala, en dicha investigación se manejan aspectos que suceden en el área de comunicación externa que se encuentra en el banco, el objetivo es fortalecer cada uno de estos ante la crisis del Covid-19 que se presenta en el presente año.

El virus del Covid-19 ingresa al país el 13 de marzo de 2020 con el primer caso en toda Guatemala, para los pobladores era un inicio de una crisis que a lo largo del año afectaría el área laboral, económica, educativa, etc. El Gobierno de Guatemala toma medidas preventivas para resguardar la salud de la población guatemalteca, por consiguiente, el país se vio afectado en el sector económico.

Rodolfo Guillén, experto en Negocios y Procesos de Reingeniería del Programa Servicios Expertos de Consultoría (SEC) Guatemala, expresa que “el sector económico más débil son los microempresarios, pues no tienen ahorros para enfrentar contingencias, su estructura administrativa es frágil y carecen de un plan estratégico que prevea situaciones adversas.” (Vi, 2020)

El departamento de comunicación externa del Banco de los Trabajadores es el encargado de cuidar la reputación de las entidades que conforman el Grupo Financiero, velar porque todas las acciones de comunicación e información se apeguen a la misión, la visión, los valores, las competencias y los mensajes institucionales establecidos.

Se proyecta desarrollar una herramienta digital que permita generar confianza, brindar ayuda e informar al público de las áreas rurales. Esto permitirá fortalecer el conocimiento de diversos temas y una mejora en la comunicación para saber elevar sus ingresos remunerativos aprovechando la particularidad de la creatividad de cada individuo según sus productos.

Capítulo I

1. Diagnóstico de Comunicación

1.1 La institución

Banco de los Trabajadores (BANTRAB).

1.2 Perfil institucional

El Banco de los Trabajadores (BANTRAB), promueve el desarrollo y bienestar de los trabajadores guatemaltecos, así como para atender las necesidades de ahorro, inversión y financiamiento. El banco cuenta con aproximadamente 4,000 colaboradores en el presente año.

1.3 Ubicación geográfica

El Banco de los Trabajadores se encuentra en Avenida Reforma 6-20, Zona 9, Guatemala, Guatemala. En el área donde se está realizando el Ejercicio de Práctica Supervisada se encuentra en el área de comunicación externa, ubicado en Avenida Reforma, 6-64, Zona 9, Plaza Jardín, Oficina J4. Con relación al virus Covid-19, la institución decidió enviar a *Home Office* a todos los colaboradores, por lo tanto, nadie se encuentra presencialmente en las oficinas de dicha área.

1.4 Integración y alianzas estratégicas

La Red Nacional de Grupos Gestores es el aliado estratégico en este proyecto. Esta asociación promueve iniciativas para el desarrollo local y territorial con el fin de mejorar las condiciones económicas de la población y su calidad de vida. Trabaja por construir una sociedad con igualdad de condiciones donde se respeten las diferencias sociales y culturales. Una de las fortalezas es que sus líderes regionales son personas del entorno, y, por tanto, están identificadas con las necesidades de su territorio.

1.5 Origen e historia

El Banco de los Trabajadores nace en 1966, con la visión específica de servir a los guatemaltecos y con el firme propósito de estimular el desarrollo y el crecimiento de su nación, a través de sólidas herramientas financieras. Atienden sus necesidades de ahorro,

inversión y financiamiento. Son una institución de naturaleza especial, con personalidad Jurídica y patrimonio propio. Se convirtió en Grupo Financiero en 2010 debido al buen desempeño y a la constante innovación tecnológica se ha posicionado como el banco más rentable del país y el sexto en volumen de activos.

En la actualidad por tercer año consecutivo *The Great Place to Work Institute* Centroamérica y Caribe certificó a Bantrab como uno de los mejores lugares para trabajar en Guatemala. El presidente actual 2020 es Alfredo Skinner-Kléé, Abogado y Notario cuenta con más de 30 años de experiencia en temas bancarios y financieros. Según el Artículo 17 de la Ley Orgánica – Decreto 383 -, el presidente de la Junta Directiva del banco es nombrado por el presidente de la República.

La Junta Directiva está conformada por Directora Corporativa de Cumplimiento, Elda Donis, Director Corporativo de Riesgos, José Miguel Reyes, Director Corporativo de Auditoría a.i., Rony de la Roca, Gerente General, Michael Caputi Urrea, Director de la División Comercial, Herbert Hernández, Director de la División Operaciones y Tecnología, Jorge Mario Soto, Director de la División de Finanzas y Administración, Felipe Duarte, Director Corporativo Jurídico, Mario René Sánchez, Directora Corporativa de Investigación, Desarrollo e Innovación, Brenda Menjívar, Director Corporativo de Gestión Humana, Juan Pablo de León, Directora Corporativa de Comunicación y Mercadeo, Carmen Lorena Ortiz.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

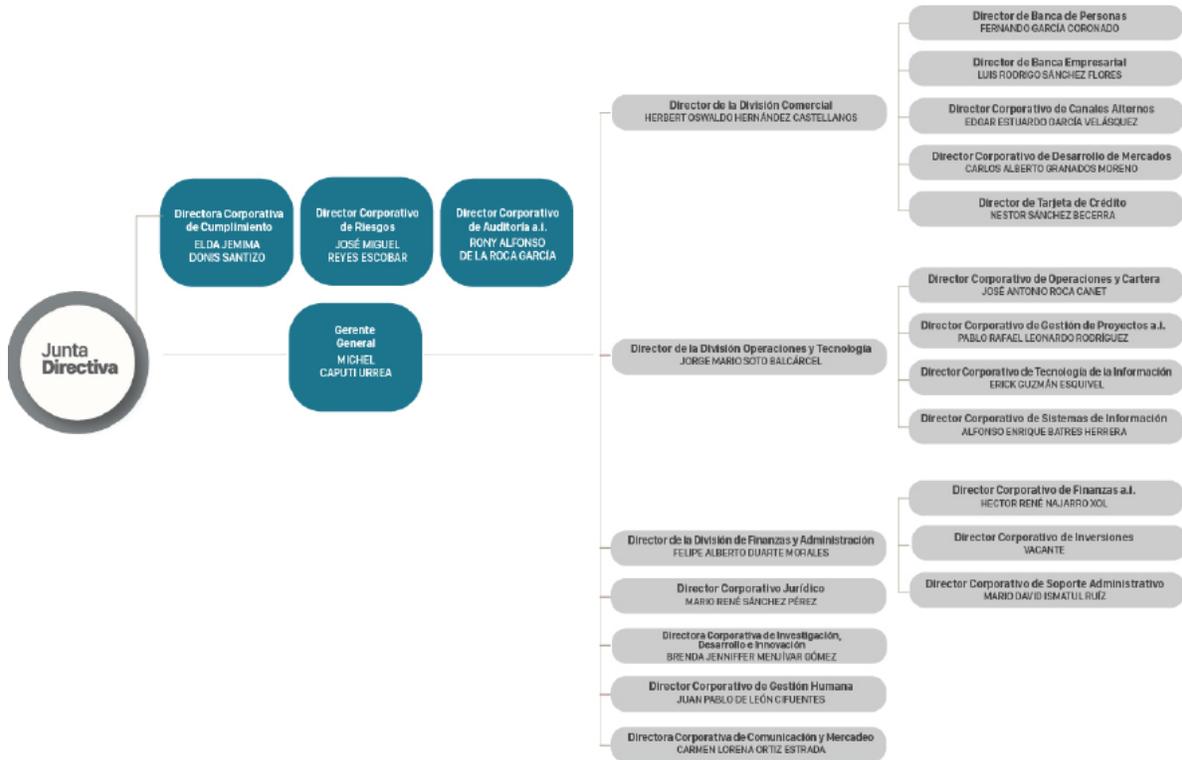
El Banco de los Trabajadores se compone por las siguientes dependencias que fueron a los cuales se obtuvo acceso

DEPARTAMENTOS DEL BANCO DE LOS TRABAJADORES

Dependencias	Descripción
Junta Directiva	Promulgar y reformar las regulaciones internas necesarias de acuerdo con la legislación bancaria.
Dirección Corporativa de Cumplimiento	Velan por que la institución cumpla con las normas establecidas por los entes regulatorios (SIB e IVE).
Dirección Corporativa de Riesgos	Responsable de la operación normal y la implementación de políticas y procedimientos, apoyando la gestión de riesgos económicos entre otros.
Dirección Corporativa de Auditoría	Monitorea las actividades y operaciones de la institución.
Dirección de División Comercial	Define estrategias de ventas, coordina los canales de comercialización según sus clientes, desarrollo de productos y de mercados objetivos.
Dirección División de Finanzas y Administración	Programa, organiza, dirige y controla la contabilidad, costos, logística y servicios internos.
Dirección Corporativa Jurídica	Se encarga de las actividades jurídicas, administrativas y operativas de la institución.
Dirección Corporativa de Investigación, Desarrollo e Innovación	Analiza datos y maneja el desarrollo y actualización constante de la institución.
Dirección Corporativa de Gestión Humana	Obtener la máxima creación de valor para la institución a través de la selección de perfiles calificados y competitivos, la contratación y adecuadas relaciones laborales, etc.
Dirección Corporativa de Comunicación y Mercadeo	Encargados de gestionar la comunicación interna y externa de la institución con los objetivos de cuidar su imagen y mantener informados a los colaboradores y público en general. Esta dependencia se divide en: Comunicación Interna , la cual está encargada de administrar los mensajes para que sean claros y precisos y Comunicación externa , la cual está encargada de promover la confianza hacia el público externo, cuidar la reputación de la institución, y que todos los mensajes sean apegados a la misión y visión del banco.

Fuente: www.bantrab.com

1.7 Organigrama de la institución



Fuente: www.bantrab.com

1.8 Misión

Trabajar duro por el bienestar de todos los trabajadores.

1.9 Visión

Hacer de los trabajadores la principal fuerza financiera del país.

1.10 Objetivos institucionales

La empresa cuenta con los objetivos institucionales, sin embargo, son de carácter privado y no dieron autorización para publicarlos.

1.11 Público objetivo

Población con deseo de emprender un negocio en el área rural de los departamentos de Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

1.12 Diagnóstico

Es el acto o arte de conocer, lo que se busca son las causas de los problemas o dificultades que tiene la organización, para así ofrecer soluciones acordes a estos. (Pierre, 1994, pág. 17)

Es un proceso con el cual se identifican metodologías, los problemas, deficiencias o necesidades de un grupo, así como sus potencialidades, sus fortalezas y debilidades. Su finalidad es identificar una solución.

El diagnóstico se realizó en el Banco de los Trabajadores (BANTRAB), en el área de comunicación externa, estos están ubicados en la zona nueve de la ciudad de Guatemala. BANTRAB es reconocido como una institución financiera de excelencia a nivel nacional el cual ofrece a todos sus clientes productos y servicios financieros que apoyan al desarrollo económico del país. Este informe se realizó para la fase uno del proyecto a presentar.

1.12.1 Objetivos

1.12.2 Objetivo general

- a. Investigar la estrategia comunicacional del programa “Emprendo por ti”, durante la crisis de la pandemia Covid-19.

1.12.3 Objetivos específicos

- b. Identificar las debilidades del programa Emprendo por ti con relación al Covid-19.
- c. Evaluar las necesidades de los futuros emprendedores y así brindarles las herramientas necesarias para realizar lo deseado.

1.13 Enfoque o tipo de investigación

Son los diferentes enfoques y modalidades que podemos emplear para realizar una investigación. Como la herramienta principal para expandir el conocimiento. La investigación se usa con el propósito de describir, descubrir o hacer predicciones acerca de fenómenos, eventos, relaciones, entre otros. Los tipos de investigación son: cualitativo, cuantitativo y mixto

1.13.1 Enfoque cuantitativo

Busca recolectar datos numéricos. Sus técnicas son estandarizadas, sistemáticas y buscan obtener datos precisos. Por esta razón tienen mayor aplicación en estadística o en las ciencias exactas.

“Se plantea como un proceso totalmente estructurado de captación de información con la finalidad de crear un bando de datos, posteriormente analizado estadísticamente como en cualquier técnica cuantitativa de obtención de información primaria.” (Nogales, 2004)

1.13.2 Enfoque cualitativo

S.J Taylor y R. Bogdan (1987) expresa que “el objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven”.

Busca obtener información sobre el contexto y las características de los fenómenos sociales. Los datos numéricos no son suficientes y requieren técnicas que permitan conocer más profundamente las realidades que se desean analizar.

El enfoque cualitativo utiliza el análisis de palabras, reacciones verbales etc. Su propósito es explicar y obtener conocimiento profundo de un fenómeno a través de la obtención de datos extensos narrativos. Cuenta con un diseño flexible, se especifica en términos generales en el desarrollo del estudio.

Puede o no haber distracción. Este enfoque recolecta información de documentos, observación participativa, entrevistas informales, y no estructuradas, notas de campo detalladas y extensas. En el tipo de datos recaba y analiza palabras y reacciones verbales. (Mérida, 2020, pág. 7)

Se optó por utilizar un enfoque cualitativo debido a que se usaron las técnicas de la observación y la entrevista de profundidad, para la recolección de datos. Este será de utilidad principalmente para lograr hacer una investigación descriptiva, para obtener una comprensión a fondo. Utilizando este tipo de enfoque se recolectan datos partiendo de los específicos hasta llegar a conclusiones generales.

1.13.3 Enfoque mixto

Como su nombre lo indica, son aquellas que permiten recolectar información cualitativa y cuantitativa a la vez.

“Suele presentar el método, la recolección y el análisis de datos, tanto cuantitativos como cualitativos. Los resultados se muestran bajo el esquema de triangulación, buscando consistencia entre los resultados de ambos enfoques y analizando contradicciones o paradojas.” (Gómez, 2006, pág. 108)

1.14 Método de investigación

Es un modo, manera o forma de realizar algo de forma sistemática, organizada y/o estructurada. Hace referencia a una técnica o conjunto de tareas.

Se define el método como un procedimiento concreto que se emplea, de acuerdo con el objeto y con los fines de la investigación, para propiciar resultados coherentes. (Strauss, 2013, pág. 112)

El método inductivo parte desde lo más particular hacia lo más general. Es decir, se emplea la observación y contraste de la información. Este funciona a partir de generalizaciones apoyadas en observaciones específicas.

Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados. (Rodríguez, 2005, pág. 57)

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el método inductivo debido al enfoque de carácter cualitativo, por lo tanto, se partirá de datos particulares para llegar a conclusiones generales.

1.15 Técnica de recolección de datos

Recurso utilizado por el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información, es amplio el espectro disponible, que, manejado con sensatez e imaginación, permite la necesaria correspondencia entre la teoría y la práctica. (Morales, 2000, pág. 46)

Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información. Todos los instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común.

Entre algunas técnicas se pueden mencionar la entrevista, la observación, la encuesta, grupos focales, documentación, entre otras. Para la presente investigación se utilizaron específicamente las técnicas de la entrevista y observación. Sin embargo, se describirán otras técnicas con el objetivo de que sea más comprensible la investigación.

1.15.1 Observación

La observación se puede definir como el examen atento de los diferentes aspectos de un fenómeno con el propósito de estudiar sus características y comportamiento dentro del medio donde este se desenvuelve. Esta adopta varias formas dependiendo de las necesidades de la propia investigación: directa, indirecta, oculta, participativa y no participativa. Los instrumentos o medios para realizar la observación son elementos que facilitan, amplían y perfeccionan la aplicación de varias técnicas. (Mérida, 2020, pág. 18)

El método de la observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que “saber observar es saber seleccionar”. Para la observación lo primero es plantear previamente qué es lo que interesa observar. En definitiva, haber seleccionado un objeto claro de observación.

La observación tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y/o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico.

a) Actitud activa

“La curiosidad, las conductas exploratorias, la indagación de lo desconocido están presentes en la acción humana, conformando una actitud activa que nos sitúa continuamente ante situaciones problema” (Ángel, 2005, pág. 21)

“La actitud activa implica un pensarse a sí mismo, problematizar las situaciones y actuar en consonancia a este proceso. Es decir, quien toma una actitud activa ante la realidad, la va a pensar, se va a interrogar sobre ella y luego va a actuar en función de esa reflexión. Se mueven por valores cuidadosamente meditados y seleccionados, pueden pasar muchas cosas a su alrededor, pero son dueñas de cómo quieren reaccionar ante esos estímulos. Centran sus esfuerzos en el círculo de influencia, se dedica a aquellas cosas con respecto a las cuales pueden hacer algo. Su energía es constructiva, con lo cual amplían su círculo de influencia.” (Zuno, 2012, pág. 10)

La actitud que tomó el Banco de los Trabajadores (BANTRAB) ante la pandemia del virus Covid-19 fue activa. Cuando el presidente Alejandro Giammattei dictó cuarentena al país, la institución contaba con el proyecto de *Home Office*, y la mayoría de los colaboradores del banco contaban con *laptops* proporcionadas por la empresa, se instaló red VPN a las computadoras, entre programas necesarios para realizar las labores de cada colaborador.

Hasta la actualidad, el banco cuenta con medidas preventivas, medidas higiénicas dentro de las instalaciones para las personas que aún deben llegar a trabajar a las oficinas, asimismo en todas las agencias del país. Se informa diariamente al colaborador cuáles son las medidas que deben tomar en sus hogares o lugares en caso de salir. Se recuerda a los colaboradores que lo más importante es su salud.

1.15.4.1 Tipos de observación

Para la presente investigación se utilizaron específicamente el tipo de observación no participante o externa, sin embargo, se describirán otros tipos con el objetivo de que sea más comprensible la investigación.

1.15.4.2 No participante o externa

“La observación es no participante o externa cuando el investigador permanece distanciado del objetivo de estudio y no existe interacción entre ambos. La principal ventaja es la independencia del observador, que no se halla constreñido por el sujeto observado”. (Gras, 1990, pág. 135)

El tipo de observación implementada fue la no participante o externa, en esta, el investigador se mantiene al margen del objeto de estudio, puede darse de manera directa a través del empleo de herramientas de recolección de datos como encuestas o entrevistas. También puede darse de manera indirecta, sin tener ningún tipo de contacto con el objeto de estudio, sino basándose en otros trabajos realizados, artículos de prensa, estudios académicos, entre otros.

1.15.4.3 Simple o no estructurada

En esta, el investigador se limita a describir los datos que obtiene de su propia indagación. Es abierta, aunque también planificada y metódica, tiene la intención de obtener información sobre un hecho específico a través de observar su contexto natural.

1.15.4.4 Sistemática o estructurada

Se basa en una estructura más específica que la observación simple. En este caso, ya se tienen determinados con claridad cuáles serán los aspectos puntuales que se observarán, que incluso estarán categorizados. Este tipo de observación favorece la recolección de datos relacionados con algún fenómeno ya identificado y operacionalizado. En la estructurada suelen emplearse sistemas para contabilizar los datos recogidos de la investigación.

1.15.4.5 Participativa o interna

En este caso el observador se involucra por completo con su objeto de estudio. A través de este tipo de observación es posible conseguir información profunda sobre aquello que se está investigando. El investigador tiene la posibilidad de indagar más sobre las características del objeto de estudio, sus motivaciones, formas de actuar y otros datos que solo pueden conocerse desde un acercamiento íntimo.

Este tipo de observación permite captar tanto los elementos objetivos como los subjetivos. Si el investigador forma parte del elemento que se está investigando, se considera que es una observación participativa natural, en cambio, si el investigador es un ente ajeno al objeto de estudio, se trata de una observación participativa artificial.

La observación participativa es abierta cuando el objeto de estudio sabe que será observado desde la cercanía. Por el contrario, se le considera cerrada o encubierta cuando el objeto de estudio desconoce por completo que será observado.

1.15.4.6 Observación individual

Solo participa un solo investigador, quien tiene la tarea de observar detenidamente al objeto de estudio, registrar los datos recopilados de dicha observación y realizar el posterior análisis propio de una investigación científica. Esta pueda aplicarse en los demás tipos de investigación. La única condición es que el investigador sea un solo individuo.

Esto puede traer el beneficio de agilizar procesos analíticos y puestas en práctica de algunos procedimientos. Por el contrario, la participación de una sola persona podría favorecer la subjetividad, al no contar con otros investigadores que generen debate sobre el problema a investigar.

1.15.4.7 Observación grupal

Intervienen varios investigadores, quienes observan distintas fases o artistas del objeto de estudio y, posteriormente, comparten los resultados obtenidos, que son complementarios entre sí. Otra manera de poner en práctica la observación grupal es permitir que todos los observadores analicen un mismo elemento del objeto de estudio.

Luego de esta indagación, los investigadores debaten para determinar cuáles fueron los datos encontrados, evitando así la subjetividad. Este tipo de observación es conveniente cuando el objeto a estudiar es muy amplio.

Se realizó un estudio en el área de comunicación externa donde se solicitó evaluar las necesidades comunicacionales del programa *Emprendo por ti*, dicha información fue recolectada a través de la técnica de la observación debido a que la institución se encuentra en *Home Office* por la pandemia que atraviesa el país (Covid-19), se tomó como muestra de observación, algunas redes sociales, experiencias personales junto a este programa, entre otros. En anexos página 46, se encontrará la guía de observación.

El objetivo del programa -que beneficiará a 1,950 personas durante cinco años- es contribuir a la formalización de al menos 200 nuevas empresas y promover el empleo. El Proceso inició con la selección de 150 personas en cada departamento, quienes recibirán formación para emprender. De ellos, 50 ingresará a una incubadora empresarial, 25 serán acompañados durante el período de implementación del negocio, 10 podrán acceder a préstamos con tasas preferenciales, y 5 recibirán capital semilla.

La capital semilla se refiere a una mesa técnica donde se eligen 5 proyectos por departamento y otorga Q10 mil a cada uno. Se observaron resultados de ganadores del programa “Emprendo por ti”, donde explicaban su experiencia.

Con 21 años, es Perito en Electrónica y, en enero de 2019, fundé *Hackerspace eSociety*. La brecha digital en Guatemala es muy alta, y existen pocos sitios para que programadores, emprendedores y estudiantes se reúnan para investigar y desarrollar proyectos innovadores de tecnología. Confío que con el tiempo su negocio se convertirá en el segundo *hackerspace* oficial de Guatemala, después de Campus Tec (Vicente, 2019)

El objetivo de este emprendedor es compartir los conocimientos que ha adquirido con niños y adultos. *Hackerspace* permite impartir charlas gratuitas, talleres, cursos de electrónica, programación y robótica en centros educativos. Utilizará el capital semilla que recibió del programa Emprendo por ti para adquirir una impresora 3D y una CNC (control numérico por computadora), entre otros productos.

Con este equipo planea crear diferentes prototipos y convertir a *Hackerspace eSociety* en el primer laboratorio educativo digital de Suchitepéquez.

“Con 25 años, comencé vendiendo galletas en Cobán, Alta Verapaz, hace cuatro años. Caminaba tres horas diarias para dar a conocer mis productos, y al charlar con las personas me di cuenta de que necesitaban productos saludables.” (Solano, 2019)

La emprendedora Ana Paula Solano comenzó en Emprendo por ti cuando su producto no tenía nombre ni empaque. Tampoco tenía idea de cómo iba a promocionarlo, por lo tanto, decidió crear la marca Dathus. Ella utilizará el capital semilla que recibió para comprar una estufa de gas, una refrigeradora, una licuadora y una batidora.

“Con 18 años, a inicios de 2019 comencé a desarrollar una investigación sobre el carbón de Bambú y el de encino. En ese tiempo, personas del programa Emprendo por ti llegaron a promover este proyecto al colegio donde estudiaba.” (Villatoro, 2019)

Se estuvo monitoreando algunas redes sociales, observando si dichas páginas se encuentran activas constantemente y sobre todo informando al público en general indicaciones sobre el Covid-19, asimismo, informando si algún colaborador haya dado positivo al virus.

En la red social *Facebook* se encuentran las páginas “Emprendo por ti Suchitepéquez, Emprendo por ti Alta Verapaz, Emprendo por ti Sacatepéquez” en la cual se pudo observar, una pequeña reseña de su creación y un constante posteo de información, frases

motivacionales, *links* para una inscripción gratuita del diploma “Emprendo por ti” que al ingresar reciben sesiones virtuales, asesorías, entre otros. Se observó que hay charlas vía *Facebook Live* enfocadas en el área psicológica, donde tratan el subibaja emocional debido a la situación de la pandemia por la que el país se está enfrentando.

En este medio social también se encuentra un grupo llamado “Diplomado Genera Emprendo por ti Sacatepéquez” el cuál es un grupo privado, constituido por 78 miembros en total, dicho grupo ofrece desarrollar las sesiones 3 y 4 del diplomado Genera del Programa Emprendo por ti.

Se observaron noticias en el sitio *web* de Guatevisión donde se hace una entrevista a los representantes de Bantrab y Grupo de Gestores, los cuales indican cómo fue el desarrollo de este programa en Alta Verapaz. Se observó una noticia sobre el programa “Emprendo por ti” en el Periódico Digital Centroamericano y del Caribe, newisamerica.com.

Para la situación que atraviesa el país conforme a la pandemia del virus Covid-19 se observaron las redes sociales institucionales, se lograron obtener dos resultados de colaboradores infectados por este virus que dieron positivo a la prueba de hisopado que se les realizó.

Inmediatamente el Banco de los Trabajadores de la mano de comunicación externa transmitió dichas noticias en su red social de *Facebook* llamada “Bantrab” y así mantener informados y actualizados al público en general, siempre indicándoles las medidas tomadas con dichos colaboradores.

Asimismo, informando a sus seguidores las medidas higiénicas que deben tomar en su diario vivir. En esta red también comparten charlas por medio de *Facebook Live* acerca de “La nutrición en tiempos de Covid-19”, entre *tips* en caso de emergencia, etc.

1.15.2 Documentación

Consiste en examinar los datos presentes en documentos ya existentes, como bases de datos, actas, informes, registros de asistencia, etc. Por lo tanto, lo más importante para este instrumento es la habilidad para encontrar, seleccionar y analizar la información disponible. Es necesario tomar en cuenta que la información recopilada puede dar información inexacta

o incompleta. Por ese motivo, debe ser analizada en relación con otros datos para que pueda ser útil a la investigación.

1.15.3 Grupos focales

Estos se describen como una entrevista grupal. Consiste en reunir a un grupo de personas que comparten características relacionadas con la investigación y orientar la conversación hacia la información que se desea obtener. Es un instrumento cualitativo útil para analizar opiniones combinadas, contradicciones u otros datos que surgen de la interacción entre las personas.

Es una reunión con un número reducido de personas, (menos de 12) representativas de la población que se requiere investigar o para analizar un tema determinado sobre la base de una serie de preguntas previamente definidas. (Jaén, 1997, pág. 125)

1.15.3 Encuestas

Es un conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones. Estas también sirven para recolectar información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística.

“Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado.” (Malhotra, 2008, pág. 213)

1.15.5 La entrevista

“La entrevista como la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional.” (Fairchild, 2006, pág. 68)

“La vía más directa para saber lo que piensan, sienten o creen las personas radica en preguntarlo”. (Hungler, 1998, pág. 82)

La entrevista es la recopilación de información en forma directa, cara a cara; es decir, el entrevistador obtiene datos del entrevistado siguiendo una serie de preguntas preconcebidas que adapta, a las circunstancias que las respuestas de la entrevista le presenten. La entrevista sigue el siguiente proceso: apertura, inicio, clima, cierre. (Mérida, 2020, pág. 15)

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana – la capacidad comunicacional- esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias y sensaciones, ideas, etc.

La posibilidad que da la entrevista como herramienta para acceder a información de fenómenos de estudio ubicados en distintos contextos temporales es muy amplia, ya que permite indagar sobre el pasado, sobre el presente y también sobre las anticipaciones acerca del futuro.

La entrevista, en tanto técnica de recolección de datos, se encuadra dentro de las técnicas de autoinformes, ya que se basa en las respuestas directas que los actores sociales dan al investigador en una situación de interacción comunicativa. Existe una variedad de formas de entrevista que, en gran modo, dependen del grado de regulación de la interacción entre él y los actores.

Las investigaciones basadas en entrevistas son relevantes para la investigación social y cultural porque permiten obtener información provista por los propios sujetos, y con ello se obtiene un acceso más directo a los significados que estos le otorgan a la realidad.

Mediante la entrevista el investigador obtiene descripciones e informaciones que proveen las mismas personas que actúan en una realidad social dada. Por lo tanto, a través de las entrevistas se obtiene información sobre ideas, creencias y concepciones de las personas entrevistadas.

1.16 Resultados de entrevista

Según las 2 entrevistas realizadas a los analistas Lucía Lemus de Social Media y Manuel Silva de Comunicación externa, se obtuvieron los siguientes resultados para la recolección de información, abocándose a personas que tuvieran relación con el programa “Emprendo por ti”.

Medios de comunicación	Se utilizan las redes sociales diariamente para informar a los usuarios de noticias relevantes, actualizan la información en la página <i>web</i> del banco, tienen menciones en medios impresos y otros medios digitales.
Temas relacionados al Covid-19	El banco sigue con la actualización de información acerca del virus, diariamente recuerda por medio de redes sociales y página <i>web</i> el cuidado e higiene que se debe tener para esta enfermedad. El programa se adaptó de manera exitosa aun así atravesando esta pandemia.
Impacto del programa Emprendo por ti	Se lograron obtener buenos resultados y respuestas del grupo objetivo, en la actualidad muchos emprendedores de las áreas rurales antes mencionadas lograron abonar su capital semilla a su trabajo y han logrado grandes avances.
Dificultades al atravesar la crisis Covid-19	A pesar de la pandemia, respetando el distanciamiento social, el banco decide seguir capacitando a los futuros emprendedores por medio de videoconferencias dando el mejor esfuerzo de parte de ambas vías, tanto los emprendedores como los capacitadores.

Fuentes: entrevistas realizadas los analistas, ver anexos, págs. VIII y IX

1.17 Documentación

Para la investigación del proyecto se realizó una búsqueda en la red social *Facebook* del Banco de los Trabajadores, donde manejan constante comunicación con los usuarios seguidores, los mantienen al tanto de la situación de la pandemia del virus Covid-19 y como algunos colaboradores han dado positivo a esta enfermedad.

Promueven las medidas higiénicas que deben tomar en esos casos, manejan capacitaciones sobre cómo manejar estrés, alimentación y actividades para hacer desde casa. Bantrab se caracteriza por ser un banco líder en servicio al cliente, brindando productos financieros que sean acorde a las necesidades del trabajador guatemalteco.

En el sitio de *Google* se colocó en búsqueda Banco de los Trabajadores y se observan variedad de noticias sobre aportes que el banco ha realizado.

La innovación es lo que al banco lo mueve, es la evolución de la agencia bancaria tradicional. Los Centro de Negocios vienen acompañados de servicios y una atención personalizada para todos nuestros clientes. (Caputi, 2019)

En la página oficial del Banco de los Trabajadores se encuentran noticias de la actualidad, información acerca del banco, horarios y ubicaciones de los centros de negocios, también cuenta con un blog en el cual se encuentran temas de interés para los lectores, asimismo, publican promociones usando las tarjetas de crédito y débito del banco.

Se monitoreó la red social *Facebook* de “Emprendo por ti Suchitepéquez”, donde informan a sus usuarios sobre el diplomado del programa, consejos de negocios, charlas virtuales y tips para un emprendedor. Existen dos cuentas más; Emprendo por ti Alta Verapaz y Emprendo por ti Sacatepéquez, pero por ahora se publica el mismo contenido en las tres.

Los medios digitales investigados anteriormente fueron una herramienta útil para conocer el banco de manera externa y la comunicación que maneja con el público utilizando los medios correctos para dicha acción.

1.18 FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Cuentan con una revista interna, realizada por el área de comunicación interna.	El área de comunicación externa divulga la diferente información acerca del programa “Emprendo por ti” en diferentes medios de comunicación, por lo tanto, se obtendrá el interés por parte del público objetivo.	Falta de continuidad en la comunicación del programa “Emprendo por ti” para que más guatemaltecos se enteren y se integren para cumplir sus sueños.	La pandemia del virus Covid-19 por la que se encuentra atravesando el país de Guatemala.
En el Banco de los Trabajadores el área de comunicación externa cuenta con el equipo adecuado de trabajo y apoyo.	La comunicación externa tiene como objetivo llegar a más departamentos con este programa para ayudar a cumplir los sueños de los emprendedores de escasos recursos.	Falta de personal para talleres de capacitaciones.	Críticas por parte de los agentes externos e internos.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Las altas autoridades están involucradas en la ejecución de proyectos del área de comunicación externa.	Se cuenta con redes sociales para la divulgación oficial de temas de la institución.		Por tema de Covid-19 la comunicación se limite a solo ser virtual y afectar a las personas que no tienen el alcance tecnológico.
Cuenta con rapidez y precisión para dar comunicados al público en general por medio de medios de comunicación como redes sociales, entre otros.	Se logra un mayor acercamiento con el público en general		
	Se centran en las necesidades de las personas para informarlas.		

Fuente: Jane Méndez, elaboración propia

1.19 Problemas detectados

Debido a la pandemia del virus Covid-19 por la que se encuentra el país, se pudieron detectar algunos problemas en el momento de hacer el diagnóstico.

- a. La información no se pudo obtener de manera presencial ya que la institución cuenta con sus colaboradores trabajando desde casa con el programa *Home Office* que implementó el banco.
- b. Debido al tema de la pandemia, por órdenes presidenciales se cerró el paso de ciudad a departamentos y eso complicó el tema de las capacitaciones que brinda el programa “Emprendo por ti”.
- c. En redes sociales no existe diversidad de temas, no se encuentra más información acerca del programa y no hay comunicación con personas interesadas.

1.20 Planteamiento del problema comunicacional

1.21 Indicadores de éxito

Según el diagnóstico realizado en el área de comunicación externa, se pudo encontrar un problema de comunicación, el cual se explica a continuación:

El Banco de los Trabajadores cuentan con una alianza con la Red Nacional de Grupo Gestores, los cuales tienen como objetivo ayudar a hombres y mujeres del área rural, que tengan ideas creativas de negocio y tengan deseos de emprender. Estas dos instituciones cumplen con cuatro fases para que la persona pueda pertenecer a el programa “Emprendo por ti” el cuál es financiado por BANTRAB.

La primera fase es el Diplomado para emprendedores, los participantes validan sus ideas, ejercitan su creatividad e innovación y definen el camino al éxito.

La segunda fase es la Formación técnica es donde se imparten las capacitaciones especializadas.

La tercera fase es la Incubación de negocios, 200 horas de asesoría para desarrollar la propuesta de valor y el modelo de negocio, estimar los costos, diseñar empaques y la estrategia de *Marketing* digital.

Y por último la cuarta fase que es la Capital Semilla, esta consiste en una mesa técnica de jurados eligen 5 proyectos por departamento y otorgan Q10 mil a cada uno para poder comenzar el negocio de sus sueños.

En la actualidad no existe un medio de comunicación con el cuál se logre empapar de información al interesado/a, un medio que pueda captar el interés del público en el área rural para poder encontrar la forma de realizar un emprendimiento desde cero, recibiendo capacitaciones totalmente gratis y teniendo profesionales ayudándolos paso a paso a construir sus pequeños emprendimientos, así hasta convertirlos en una gran empresa.

Por lo tanto, para cubrir esta necesidad, se decide plantear la estructura de una revista digital llamada “Emprendo por ti”.

Para este proyecto no se requiere de ningún costo ya que se trabajará puramente digital y se pautará en las redes sociales del Banco de los Trabajadores u otro medio que en su momento la institución decida.

1.22 Proyecto a desarrollar

Nombre del proyecto: Estrategia de Comunicación Externa para la Empresa Bantrab con la revista digital “Emprendo por Ti”

Este nombre fue adaptado para el proyecto a realizar, una revista digital innovadora que brindará información de interés a todas esas personas con ideas creativas que tienen el deseo de emprender en las áreas rurales de Sacatepéquez, Suchitepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén. Bantrab junto a La Red Nacional de Grupos Gestores promovieron el programa “Emprendo por ti” para todos esos pequeños empresarios, apoyándolos con capacitaciones y financiamiento para sus microempresas.

La finalidad es que los futuros emprendedores brinden oportunidades laborales en esas áreas rurales donde el trabajo es escaso y así trabajar en la mejor de la economía.

Capítulo II

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Para este proyecto se trabajará con una estrategia de *Marketing* de contenidos, esta está enfocada en atraer personas potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que llamen la atención por medio de la revista digital.

Esta es una manera de involucrar al público objetivo y hacer crecer la red de los emprendedores en las áreas rurales a través de la creación de contenidos relevantes y valiosos, atrayendo, involucrado y generando valor para las personas y, de esa forma, crear una percepción positiva del programa con el fin de generar más trabajo por medio de los nuevos emprendedores.

Un buen contenido no se enfoca en vender, sino en traer algún beneficio para quien lo lee, como resolver un problema, aclarar una duda o enseñar algo. El contenido también comunica el mensaje correcto al público en el momento que más lo necesita.

Supera las expectativas cuando se proporciona un contenido tan increíble que el público lo querrá compartir. Cuando se ayuda en el momento que el grupo objetivo más lo necesita, este grupo pasará a tener una visión positiva del programa.

“Se define *Marketing* de contenidos como la creación, publicación y distribución o compartición de contenido de excepcional valor e interés para clientes y comunidad de usuarios.” (Ramos, 2016, pág. 5)

Se propone realizar una estrategia de comunicación externa que contenga herramientas para fortalecer el canal de información del programa “Emprendo por ti”. Esta estrategia para dicho programa, se espera obtener resultados positivos de comunicación por medio de la revista digital que contemplen los mensajes adecuados para el grupo objetivo y asimismo puedan informarse de una manera más completa para integrarse e interesarse por el programa y así lograr alcanzar las metas que se proponen.

La comunicación externa entre sus acciones es la encargada de transmitir toda la información que acontece dentro de la empresa hacia el entorno para fortalecer la imagen, formar opinión sobre la marca, anunciarse en los medios, adquirir conexiones con grupos focalizados o la sociedad.

Por lo tanto, debe complementarse con otras áreas como son: la publicidad, relaciones públicas, promociones en ventas, ventas personales y *marketing* directo. Al lograr un trabajo conjunto, las instituciones podrán ser más competitivas y lograrán motivar a los usuarios a ser partícipes de las actividades empresariales. (Dasi, 2000, pág. 58)

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

- a. Promover el programa “Emprendo por ti” por medio de una revista digital para estimular la creatividad e interés de los emprendedores del área rural.

2.2.2 Objetivos específicos

- a. Fortalecer el sistema de información entre el programa “Emprendo por ti” y el grupo objetivo al cual se dirige, a través del diseño de una revista digital.
- b. Informar al grupo objetivo con relación a las actividades realizadas en el programa Emprendo por ti a través de la revista digital.

2.3 Misión

El principal objetivo es dar a conocer el proyecto Emprendo por ti al sector de los emprendedores en las diferentes áreas rurales que buscan inspiración y lluvias de ideas para explotar su creatividad y ser parte de este programa.

2.4 Visión

Ser un medio de comunicación de referencia al programa “Emprendo por ti” que deje huella, demostrando las capacidades de los guatemaltecos, así mismo, seguir conformando emprendedores competentes, comprometidos e ilusionados que ofrezcan cada día lo mejor de sí mismos.

2.5 Elementos comunicacionales

2.5.1 Comunicación organizacional

Es el efecto de comunicar la información formal e informal que se genera para la adecuada relación y desempeño laboral de los integrantes de una organización, tanto grupal como interpersonal.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento eficiente de las organizaciones; es una herramienta clave en la organización, por lo que juega un papel primordial en la cohesión de las empresas. La comunicación organizacional se divide en:

2.5.1.1 Comunicación interna y externa

La comunicación interna se entiende entre las instancias que conforman la organización (departamentos, coordinaciones, etc.) y la externa la que media entre la organización y el mundo exterior (clientes, grupo objetivo, anunciantes, etc.).

“La comunicación interna está condicionada en la empresa contemporánea por una serie de hechos que permiten pronosticar nuevas circunstancias y condiciones de eficacia.” (Jiménez, Comunicación interna, 1998, pág. 24)

“La comunicación externa se dirige a presentar las realizaciones de las instituciones u organizaciones hacia el exterior. En las instituciones públicas se trata no solamente de los usuarios de sus servicios, sino que se debe informar a otras instituciones, a los ciudadanos y a algunas organizaciones internacionales.” (Evertsz, 2000, pág. 108)

2.5.1.2 Comunicación formal e informal

La comunicación formal es que deja constancia escrita de lo dicho e involucra los recursos oficiales de la organización (memos, notificaciones oficiales, etc.) mientras que la informal es aquella que se da oralmente, a través de llamadas o cualquier otro acto comunicativo efímero y personal entre los individuos que hacen vida en la organización.

“La comunicación formal transmite mensajes reconocidos, de forma explícita, como oficiales por la organización y está perfectamente definida, incluso dibujada, ya que es la que sigue las líneas del organigrama.” (Enrique, 2008, pág. 22)

“La comunicación informal surge de la interacción social, siendo por ello, tan variable, dinámica e inconstante como las personas. El principal problema de este sistema es el rumor. A veces el término rumor se usa como sinónimo de comunicación informal pero realmente existe una diferencia entre ambos.” (Aguirre, 2008, pág. 33)

2.5.1.3 Comunicación ascendente, descendente y horizontal

Esta clasificación tiene que ver con la jerarquía dentro de la organización. La ascendente y la descendente tienen lugar entre jefes y subordinados, subiendo cuando va de estos últimos a los primeros y viceversa. En cambio, la horizontal es aquella que se da entre individuos del mismo eslabón jerárquico, o sea, entre pares.

La comunicación ascendente o flujo de comunicación hacia arriba surge de los niveles bajos de la empresa o institución, y su recorrido es justo el contrario de la descendente, nace en la base de los colaboradores y se dirige siguiendo diferentes caminos, en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación, a la alta dirección de la empresa. (Enrique, 2008, pág. 60)

La comunicación descendente suele ser un modo impropio de denominar a la información que proviene de los directivos y mandos de la empresa en forma de comunicados, avisos, órdenes o consignas, dirigidos a sus subordinados. Este tipo de comunicación no es tal, si, al mismo tiempo, no se da comunicación ascendente en forma de réplica, o ella misma parte del conocimiento de informaciones ascendentes, a las que responde. (Jiménez, 1998, pág. 71)

En el desarrollo de las estrategias se plantean una revista digital con los siguientes elementos que ayudarán al desarrollo de la misma:

2.5.2 Revista digital

Es un elemento de transición entre lo que es una revista impresa y lo que vendrá. Para definir nuevos medios, se usa conceptos de viejos medios y aunque eso puede limitar, se ahorra el papel y ayuda también a crear productos que los usuarios puedan entender. Las revistas digitales son distribuidas digitalmente. Suelen utilizar multimedia o elementos interactivos que explotan el medio en el que se encuentran ya sea, computadoras, tabletas, *smartphones*, entre otros.

Los usuarios pueden suscribirse a este tipo de revistas. Además, las revistas digitales pueden incluir estadísticas de manera que se pueda saber mucha más información acerca de los lectores y los hábitos de lectura.

Es una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica, capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales. (Manovich, 2005)

2.5.2.1 Psicología del color

Como su nombre lo indica es un campo de estudio que se dirige a analizar cómo se percibe y como las personas se comportan ante los distintos colores, así como las emociones que provocan dichos tonos. Se tiene en cuenta que existen ciertas variaciones en la interpretación y significado de los colores entre las culturas. Un dato importante es que los colores que se encuentra alrededor pueden influenciar en las emociones y el estado mental de un individuo.

La psicología del color indaga la correlación entre los rasgos de la personalidad y las preferencias por un determinado color, y examina, por ejemplo, hipótesis acerca de cómo influyen los colores en nuestro comportamiento, o cómo influye nuestra personalidad en la elección de los colores. (Lüscher, 1993, pág. 65)

Utilizando la psicología del color se aplicará una paleta de colores institucionales para continuar con la línea gráfica que la institución lleva desde el inicio del programa. Cada color tiene su significado y asimismo le da vida y valor a todo material trabajado.

2.5.2.2 Contenido digital

Crear contenido de calidad en diferentes formatos para la revista digital ayudará a atraer al grupo objetivo, convertirlos en futuros emprendedores y deleitarlos con su experiencia. Los contenidos digitales son clave a la hora de desarrollar cualquier estrategia de *marketing*. Sin ellos, el *internet* sería un espacio vacío sin ningún tipo de valor ni interés para nadie. En el momento de la creación de contenido es importante que este sea de calidad, que ayude a las personas a tomar decisiones y les aporte valor.

Los contenidos digitales son cualquier pieza de información que podemos incluir en un medio digital. Pueden estar formados por textos, imágenes, videos, mapas, cualquier elemento creativo.

Los contenidos digitales son cualquier forma de datos o información en forma digital (archivos electrónicos), en oposición a la forma física.

Un contenido digital puede ser cualquier cosa; desde un simple gráfico a fotos, videos, documentos de investigación, artículos, informes, estadísticas, bases de datos, planes de negocios, e-libros, música, etc. (Tum, 2019, pág. 29)

Los textos de las secciones de la revista estarán de la mano con todos los aspectos que el programa “Emprendo por ti” abarca, así como noticias, novedades, resolver dudas, y material que incite la creatividad e influya en las emociones de los lectores que desean superarse y emprender sus sueños.

2.5.2.3 Diagramación

Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, prensa y revistas.

La diagramación también conocida como maquetar, si se refiere a esta palabra solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso. La diagramación se encarga de reunir de una manera orgánica y armónica los textos e imágenes que pretender ser vistos por el lector.

(Melfi, 2013) Define diagramación como “la figura gráfica que explica un fenómeno determinado o también el arte de distribuir la composición en una página.” Por lo tanto, se entiende como la organización de un conjunto de elementos ubicados por su valor o importancia, basada en un sistema de desarrollo armónico de la técnica visual, que permite la descodificación del mensaje.

En la diagramación de la revista se pondrá en práctica los conocimientos sobre el recorrido visual que una revista debe tener, organizando los temas que abarca el programa, utilizando todas las herramientas antes mencionadas para lograr una revista digital que cumpla con las expectativas del grupo objetivo.

2.5.2.4 Tipografía

Es la forma de escribir con diferentes tipos de letras y caligrafía. Esto es especialmente importante en lo que respecta a la publicidad, el *marketing*, el diseño, el arte y muchas otras actividades en las cuales lo visual es esencial para atraer la atención del público o generar

diferentes reacciones en él. La tipografía sirve para expresar con diferentes formas de letras y dibujos distintas sensaciones, estilos, etc.

La tipografía existe desde el mismo momento en que el ser humano inventa la escritura ya que encontramos distintas formas y letras en la antigüedad que variaban según quién escribiera, la región, la utilidad del documento escrito, etc.

En la actualidad se ha desarrollado la tipografía como arte de un modo más sistemático, lo cual habla de su importancia en el mundo del diseño, del arte. La tipografía es una forma de escribir con diferentes huellas, estilos y diseños y esto se hace visible hoy en día de manera clara y evidente en las publicidades, el *marketing*, el diseño gráfico y el arte.

Todas las actividades en las que lo visual tiene peso y diferentes formas de escribir una palabra, con trazos finos o gruesos, con letras encadenadas entre sí, con letras sueltas y simples, con *serif* o sin *serif*, etc. Estas generan sensaciones en aquel que las observa.

“Es la técnica de generar una impresión mediante el uso de formas con relieve que reciben el nombre de tipos y que, una vez entintadas, serán aplicadas sobre papel u otro soporte para generar una serie de formas.” (Flores, 2012, pág. 123)

Se utilizará una tipografía adecuada al tipo de revista que se trabajará, tipografía legible, creativa, que capte la atención del lector y asimismo se interese por continuar leyéndola.

2.6 Alcances y límites de la estrategia

En este proceso se detectan lo siguientes alcances y límites que el plan de comunicación podrá alcanzar y los puntos que no podrán ser solventados con la misma.

2.6.1 Alcances

- a. Brindar información de interés a los lectores.
- b. Mantener informado al grupo objetivo de las actualizaciones del programa.
- c. Generar emociones e ideas para emprender.
- d. Conectar con el grupo objetivo mediante la revista digital.

2.6.2 Límites

- a. No se trabajará la pauta de la revista ya que dentro de la institución manejarán esos tiempos, por lo tanto, solo se hará la elaboración y diagramación de la primera edición.
- b. No será una revista impresa.
- c. La estrategia no estará dirigida para el área urbana, únicamente para los departamentos del área rural, Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Para lograr la atención del lector, la metodología está basada en pasos a seguir ante el requerimiento de la estrategia los cuales serán realizados de la siguiente manera:

2.7.1 Logotipo

Se cuenta con el logotipo oficial del programa “Emprendo por ti”, este fue brindado por las personas encargadas del tema en la institución. Este es un logotipo llamativo, los colores tienen un significado y valor, por lo tanto, ayudará a conservar una línea de colores que den unidad con el resto de los contenidos incluidos. El logotipo en una revista digital es sencillo y visible en la página principal.

2.7.2 Temas para la edición

Se establecen cuáles serán los temas que se tratarán y los formatos a utilizar como artículos, crónicas, reportajes, columnas, consejos prácticos, novedades, etc.

2.7.3 Identificar y definir contenido

Se comenzará a investigar, recopilar y redactar información, recopilar material de apoyo como fotografías, ilustraciones, infografías y videos. Lo más importante en una revista digital es el contenido, por este motivo se debe prestar especial atención a los detalles como títulos correctamente elaborados y atractivos que al final atraerán a los lectores.

2.7.4 Uso de imágenes

Se debe utilizar imágenes, fotografías o ilustraciones de buena calidad y el lector se tomará el tiempo para observarlas sin ningún problema. En una revista digital se debe usar de forma moderada las imágenes para evitar cansar la vista del usuario.

2.7.5 Diseño y colores de revista

Se debe tomar en cuenta que el programa “Emprendo por ti” ya contiene una línea de colores por lo que se respetarán y se continuará con la misma línea aplicando un diseño con el toque creativo que la distinguirá en la institución.

2.7.6 Verificar la calidad del contenido a publicar en la revista digital

Antes de realizar cualquier publicación se hará una revisión a fondo tanto de texto como de ortografía, estructura, imágenes, etc., incluyendo todos elementos planteados desde el inicio. Se revisará que el diseño que se presente sea el que se desea.

2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia

Para realizar la revista digital se utilizarán las siguientes herramientas para fortalecer el objetivo de la misma, entre ellas se encuentran las siguientes:

Actividades realizadas	Descripción de actividades
Se diagramó la revista digital “Emprendo por Ti”	Se estructuró la revista con los colores institucionales, se colocó el orden de la información de manera a que llevara una secuencia, se mandó a diseñar.
Se inicia el diseño de la revista digital “Emprendo por Ti”	Para dicho diseño se utilizó el programa de Indesign, las ilustraciones fueron descargadas de Freepik, las tipografías fueron descargadas de Dafont y el contenido digital fue redactado por analistas del área de Comunicación Externa.
Se realiza la primera revisión de la revista digital “Emprendo por Ti”	Se revisa la ortografía, redacción, estructura, imágenes, ilustraciones y se mandan cambios.
Se realiza la segunda revisión de la revista digital “Emprendo por Ti”	Se revisa la ortografía, redacción, estructura, imágenes, ilustraciones y se mandan cambios finales.
Se entrega la revista digital “Emprendo por Ti”	Se revisan los cambios, y la revista queda finalizada para su uso.

Fuente: Elaboración propia, Jane Méndez, dirigirse al anexo 8, pág. 52

2.9 Cronograma

Actividad	Cronograma											
	junio			julio			agosto			septiembre		
Inicio de la segunda fase: Plan Estratégico de Comunicación												
Recolección de información y fotografías para la revista digital												
Diagramación y diseño de la revista digital, “Emprendo por ti”												

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

NOTA: Según lo acordado con el Banco de los Trabajadores, esta revista será publicada en el momento que las autoridades de la institución lo consideren oportuno, sin embargo, el proyecto fue aprobado por ellos. El programa “Emprendo por Ti” finaliza en el 2022.

2.10 Financiamiento

El financiamiento que está destinado para el plan de comunicación lo asume el epesista de forma honoraria.

2.11 Presupuesto

Para la elaboración del proyecto se describe el siguiente presupuesto:

PRESUPUESTO		
Cantidad	Descripción	Financiamiento
1	Diseño de la revista digital, 2 hojas tabloide tiro y retiro <i>full color</i> , para un total de 8 páginas tamaño carta.	Q5,000.00 costo real de una revista digital
1	Servicio Profesional de Asesoría Comunicacional, esta forma parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS)	Q5,000.00

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

2.12 Beneficiarios

Según el proyecto planteado, se definen a continuación dos grupos beneficiarios importantes dentro de la estrategia:

2.12.1 Principales

- a. Potenciales emprendedores de las áreas rurales de Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

2.12.2 Secundarios

- a. Área de comunicación externa, personas encargadas del programa “Emprendo por Ti,”, comunicación interna del Banco de los Trabajadores.

2.13 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Jessica García	Coordinadora de Comunicación Externa	Encargada de supervisar el EPS y brindar información del programa “Emprendo por ti”.
Manuel Silva	Analista Técnico I de Medios Especiales	Encargado de brindar información del programa “Emprendo por ti”.
Lucía Lemus	Analista Técnico I de <i>Social Media</i>	Encargado de brindar información del programa “Emprendo por ti”.
M.A. Marvin Sarmientos	Supervisor del EPSL	Encargado de supervisar mi proyecto por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Dr. José Torres	Coordinador General del EPSL	Encargado de brindar apoyo e información en esta etapa.
M. A. Evelyn Morazán	Supervisora del EPSL	Encargada de brindar apoyo e información en esta etapa.
Jane Méndez	Epesista	Encargada de realizar el proyecto de la revista digital “Emprendo por Ti.”

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

2.14 Áreas geográficas de acción

Banco de los Trabajadores, ubicado en avenida La Reforma, 6-20, zona 9 de la ciudad capital, Guatemala.



Oficinas centrales de Bantrab

Fuente: Bantrab



Ubicación geográfica Bantrab

Fuente: Google maps

2.15 Cuadro comparativo de la estrategia

Producto comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Diseño de revista digital	Estructurar todo el contenido ya redactado e imágenes seleccionadas, aplicando los colores institucionales.	Lo asume el epesista de forma honoraria	-Epesista, Jane Méndez	Banco de los Trabajadores, zona 9, Guatemala.	Grupo objetivo de las áreas rurales de Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén. Área de Comunicación externa	Actividad programada del 03/08/2020 al 08/09/2020

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Capítulo III

3. Informe de ejecución

3.1 Estrategia de comunicación externa para la empresa Bantrab con la revista digital “Emprendo por Ti”

Se elaboraron dos estrategias, la primera de *Marketing* de Contenidos y la segunda de Comunicación Externa con la finalidad de crear una revista digital creativa, para dar a conocer el programa, los requisitos necesarios para participar y ser parte de este grupo de emprendedores guatemaltecos junto al apoyo de la Red Nacional de Grupos Gestores y el Banco de los Trabajadores, en la cual se creó material informativo para el grupo objetivo.

3.1.1 Objetivo de la actividad

Con las estrategias implementadas en el programa “Emprendo por Ti”, se mejoró el canal de información, abarcando gran parte del grupo objetivo para mantenerlo al día sobre las novedades e información del programa. La revista digital se evidenciará por medio de las diferentes páginas de *Facebook*, tales como: Bantrab y las cuentas existentes de “Emprendo por Ti”.

3.1.2 Público objetivo

Población con deseo de emprender un negocio en el área rural de los departamentos de Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

3.1.3 Medio utilizado

Se implementará una revista digital la cual será publicada en las diferentes páginas de *Facebook* con las que cuenta el banco y el programa “Emprendo por Ti”.

3.1.4 Área geográfica de impacto

Las estrategias fueron desarrolladas en el área rural de los diferentes departamentos tales como; Suchitepéquez, Sacatepéquez, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

3.1.5 Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto invertido fue de Q500, asumido por el epesista de forma honoraria, sin embargo, la implementación de una revista digital es de Q5,000.00

3.2 Actividades y calendarización

No.	Actividad	Meses																		
		Marzo					Abril					Mayo					Junio			
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial																			
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura																			
3	Elaboración, revisión, conferencias informativas y entrega de la evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación																			

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia

No.	Actividad	Meses																		
		Julio					Agosto				Septiembre				Octubre					
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	
4	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura																			
5	Elaboración de la segunda fase, investigación de contenido para la revista digital, conferencias informativas																			
6	Diagramación de la revista e inicio de diseño de la misma, entrega de 2. Plan Estratégico de Comunicación																			
7	Elaboración de la tercera fase, seguimiento de diseño de revista, aplicar cambios, conferencias informativas y entrega de 3. Informa de la Ejecución del Plan de Comunicación																			
8	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión.																			
9	Recepción y revisión final de informe final																			
10	Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																			
11	Impresión final de informe empastado con cd's																			
12	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																			

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Conclusiones

- a. Con la creación de la revista digital “Emprendo por Ti”, se fortaleció el canal de comunicación entre el programa y el grupo objetivo.
- b. La implementación del plan de comunicación permitió conocer las necesidades del programa “Emprendo por Ti”, dando como resultado la solución de algunos problemas por medio del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).
- c. Se detectó que el programa Emprendo por ti, carecía de un canal de comunicación más fuerte y sólido para informar a su público objetivo, por lo tanto, se fortaleció con la revista digital.
- d. Se realizó la implementación de diferentes secciones con temas importantes acerca del programa en la revista digital “Emprendo por Ti” para informar al grupo objetivo.

Recomendaciones

- a. Realizar reuniones constantes entre los miembros encargados del programa “Emprendo por Ti”, con el objetivo de conocer las necesidades del grupo objetivo y crear contenido que aporte conocimiento para ellos.
- b. Continuar con la gestión de la revista interactiva y crear vínculos con las secciones más importantes de ella, de manera que si alguien lee por primera vez la revista quiera conocer más sobre los desafíos que presenta el programa y pueda acceder al archivo en el servidor alojado en el sitio web.
- c. Fomentar el desarrollo de la revista “Emprendo Por Ti”, la cual fue propuesta y realizada durante el EPSL. La idea es dar resultados de las investigaciones de problemas de comunicación, logrando que las personas se interesen en el programa.
- d. Se sugiere unificar las cuentas del programa “Emprendo por Ti” en la red social de Facebook.
- e. Se recomienda a la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Ciencias de la Comunicación brindar apoyo, capacitaciones, información entre otras herramientas a todos los emprendedores guatemaltecos tanto del área urbana como rural para la mejora de la economía y ser empresarios de éxito que puedan crecer nacional e internacionalmente.

Referencias

- Aguirre, L. M. (2008). *Comunicación interna*. España: Vértice.
- Ángel, J. B. (2005). La utilización del material y del espacio en educación física. En J. B. Ángel, *La utilización del material y del espacio en educación física* (pág. 21). España: INDE.
- Bantrab. (12 de 2019). Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Caputi, M. (14 de agosto de 2019). *Diario Centroamérica*. Obtenido de Diario Centroamérica: <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/bantrab-innova-el-concepto-de-banca/>
- Castañeda, R. (2018). Diseño de una revista digital interactiva para dar a conocer los desafíos sociales del cambio climático de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Dasi, F. d. (2000). Comunicación y negociación comercial. En F. d. Dasi, *Comunicación y negociación comercial* (pág. 73). Madrid: ESIC.
- Enrique, A. M. (2008). *La Planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Bellaterra.
- Evertsz, C. B. (2000). *La Comunicación efectiva*. República Dominicana: BÚHO.
- Fairchild. (2006). La técnica de Entrevista. En J. Yuni, *Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación* (pág. 68). Argentina: Brujas.
- Flores, S. I. (2012). *De la tipografía en el libro al libro - arte tipográfico*. México: El artista.
- Garza, A. (2009). Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades. En A. Garza, *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades* (pág. 33). México: El Colegio de México, A. C.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Argentina: Brujas.
- Gras, J. A. (1990). *Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento*. España: Murcia.

- Halpern, D. (2010). *Gestión de crisis, teoría y práctica de un modelo comunicacional*. Chile: RIL EDITORES.
- Hungler, P. y. (1998). La técnica de la entrevista. En J. Yuni, *Recursos metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación* (pág. 82). Argentina: Brujas.
- Jaén, B. E. (1997). *Elementos para una estrategia de transferencia de tecnología 2*. Venezuela: Priag.
- Jiménez, J. G. (1998). *Comunicación interna*. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Jiménez, J. G. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Lüscher, M. (1993). *Psicología del Color*. Alemania: ECON.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson educación.
- Manovich, L. (2005). *El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación*. Nueva York: Grau Multimedia .
- Melfi, J. (26 de septiembre de 2013). *Cátedra Cosgaya*. Obtenido de Cátedra Cosgaya: catedracosgaya.com.ar
- Mérida, A. (2020). *Manual para Elaborar y Presentar la Tesis*. Guatemala: M&G.
- Morales, J. V. (2000). *Cucunubá: modelo para un desarrollo sostenible*. Colombia: Alfonso Velasco Rojas.
- Namakforoosh, N. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.
- Nogales, Á. F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. España: ESIC.
- Pierre, J. (1994). *Teorías y Bases Metodológicas*. Alemania: Thibaut.
- Ramírez, K. (2020). *Enfoques cualitativos y cuantitativos*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- Ramos, J. (2016). *Marketing de contenidos*. México: XinXii.
- Rodríguez, E. A. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Solano, A. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Strauss, L. (2013). *Identidad y diferenciación entre Método y Metodología*. España: Scielo.
- Taylor y Bodgan. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

- Tum, J. J. (2019). *Medios de comunicación, contenidos digitales y derecho de autor*. España: REUS.
- Vi, S. (01 de 04 de 2020). *República*. Obtenido de República: www.republica.gt
- Vicente, D. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab>
- Villatoro, L. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Yuni, J. (2006). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación*. Argentina: Brujas.
- Zuno, J. (2012). *La frecuencia armónica*. México.

E-grafías

- Bantrab*. (12 de 2019). Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Caputi, M. (14 de agosto de 2019). *Diario Centroamérica*. Obtenido de Diario Centroamérica: <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/bantrab-innova-el-concepto-de-banca/>
- Solano, A. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Vi, S. (01 de 04 de 2020). *República*. Obtenido de República: www.republica.gt
- Vicente, D. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab>
- Villatoro, L. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Bantrab*. (12 de 2019). Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>
- Caputi, M. (14 de agosto de 2019). *Diario Centroamérica*. Obtenido de Diario Centroamérica: <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/bantrab-innova-el-concepto-de-banca/>

Solano, A. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>

Solano, A. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>

Vi, S. (01 de 04 de 2020). *República*. Obtenido de República: www.republica.gt

Vicente, D. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab>

Villatoro, L. (2019). *Bantrab*. Obtenido de Bantrab: <https://www.bantrab.com.gt/wp-content/uploads/2019/12/Emprendo-por-Ti-Bantrab.pdf>

<https://www.freepik.com/> <https://www.dafont.com/es/>

Anexos

Anexo 1.

Manuel Silva

Analista Técnico I de Medios Especiales



Entrevista a: Analista Técnico I de Medios Especiales.

Objetivo: Conocer si la pandemia del virus COVID-19 por la que atraviesa el país obstruyó el programa “Emprendo por ti”.

Entrevista: Manuel Silva

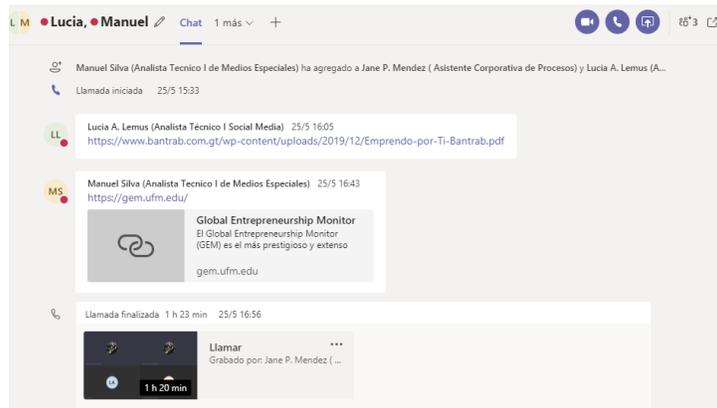
Fecha: 18 de mayo de 2020

Duración: 45 mins. por medio de Microsoft *Teams*

Entrevistadora: Jane Patricia Méndez Tobar

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

1. ¿Qué está sucediendo con el programa “Emprendo por ti” en esta crisis del COVID-19?
2. ¿Qué medidas están utilizando para realizar su comunicación al público en general?
3. ¿Cuándo empezó la campaña del programa y cómo se dio a conocer?
4. ¿Cuáles son las normas por las cuales se rigen ustedes para poder comunicar un mensaje al público?
5. ¿Qué áreas desea cubrir el banco con el programa “Emprendo por ti”?



Fuente: Jane Méndez, entrevistas con los analistas



Entrevista a: Analista Técnico I *Social Media*

Objetivo: Indagar en los medios de comunicación como canal de información en crisis de COVID-19

Entrevista: Lucía Lemus

Fecha: 18 de mayo de 2020

Duración: 45 mins. por medio de *Teams*.

Entrevistadora: Jane Patricia Méndez Tobar

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

1. ¿Cuentan con algún presupuesto para pautar en otros medios?
2. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más usan para informar a su público objetivo?
3. ¿Cuál es el medio de comunicación que utilizan para informar al área rural?
4. ¿Han implementado algún método tomando en cuenta el COVID-19 para apoyar el emprendimiento?
5. ¿Qué medios de comunicación son los más utilizados para sus campañas?



Fuente: Jane Méndez, reunión de revisión de revista

Anexo 3. Guía de observación

BANTRAB									
GUÍA DE OBSERVACIÓN									
Nombre de la empresa: Banco de los Trabajadores									
Observación: Red Social Facebook y Página Web									
Instrucciones: Observar movimientos o actividades en ambas plataformas de comunicación, marcando con una X el cumplimiento del cuadro establecido.									
Objetivo: Observar y evaluar las acciones realizadas por las páginas mencionadas.									
Número	Aspectos a evaluar	Facebook (Bantrab)				Página Web (Bantrab)			
		Si	No	A veces	Observaciones	Si	No	A veces	Observaciones
1.	Publicaciones diarias	X						X	Se enfocan en dejar una publicación por un tiempo determinado.
2.	Información acerca del COVID-19	X			Publican tips para mantener la higiene.	X			
3.	Diversidad de temas para informar	X				X			
4.	Actualizaciones de noticias	X				X			
5.	Publicaciones innovadoras	X			temas varios.	X			
6.	Algún cambio de imagen		X		La imagen se cambió en 2018 y no ha tenido ningún cambio en la actualidad.		X		La imagen se cambió en 2018 y no ha tenido ningún cambio en la actualidad.
7.	Casos de COVID-19 positivos	X			Inmediatamente lo informan al público.		X		
8.	Información acerca del programa Emprendo por ti	X			Método en el que se está manejando actualmente, información en general y charlas.	X			
9.	Promociones	X			Tarjetas Bantrab, descuentos, etc.			X	Tarjetas Bantrab, descuentos, etc.
10.	Experiencias			X			X		Este sitio es el menos usado para la publicación de experiencias.

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Anexo 4.

Red social Facebook de Bantrab



Bantrab
sábado a las 15:09 · 🌐

Información importante para nuestros clientes de Malacatán. Trabajamos por tu salud y la de los tuyos.
#Bantrab #QuédateEnCasa

 Coronavirus COVID- 19

AVISO IMPORTANTE

Ante los casos positivos confirmados en **Malacatán** y como una medida de prevención, cerramos nuestro Centro de Negocios en ese municipio, ubicado en la 4 avenida 5-26 zona 1,

mientras llevamos a cabo un minucioso proceso de desinfección. 

Reabriremos al público el lunes 1 de junio.

Estamos comprometidos con la salud de los guatemaltecos y no escatimamos esfuerzos para asegurar su bienestar.

   174 12 comentarios 44 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

 **Enviar mensaje** 

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* Bantrab



Bantrab

miércoles a las 09:00 · 🌐



En **#Bantrab**, la seguridad de nuestros clientes y colaboradores es lo más importante. **#QuédateEnCasa**



AVISO IMPORTANTE

Desde el inicio de la emergencia suscitada por la propagación del Covid-19 la seguridad de clientes, accionistas, colaboradores y proveedores ocupa un lugar central en todas nuestras acciones, por lo que aplicamos estrictos protocolos de seguridad e higiene en todos nuestros Centros de Negocios.

A pesar de ello, acabamos de ser notificados de que hoy **miércoles 20 de mayo**, uno de nuestros colaboradores del Centro de Negocios ubicado en el **Centro Comercial Plaza Atanasio Tzul, zona 12. Local 132 (planta baja)**, dio positivo a la prueba de Covid-19, por lo que activamos de inmediato el protocolo de respuesta aplicando las siguientes medidas:

- ▶ Nuestro colaborador recibe las atenciones y el tratamiento correspondiente
- ▶ El personal del citado Centro de Negocios guarda cuarentena y brindamos el seguimiento de rigor
- ▶ El Centro de Negocios permanecerá cerrado mientras llevamos a cabo un minucioso proceso de desinfección y abrirá de nuevo el próximo lunes 25 de mayo con personal distinto.

Reiteramos nuestro compromiso con el bienestar de todas las personas y no escatimamos esfuerzos para proteger su seguridad y salud.

Juntos Saldremos Adelante

👍👎👨‍🦲 420

37 comentarios 237 veces compartido

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

✉ Enviar mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* Bantrab

< Bantrab >

Inicio Publicaciones Fotos Videos Comunidad

Me gusta Comentar Compartir

 **Bantrab** 18 de mayo a las 10:59 · 🌐

Trabajamos por tu salud y la de nuestros colaboradores.
#Bantrab #QuédateEnCasa.

Aviso importante

Desde el inicio de la emergencia suscitada por la propagación del Covid-19 la seguridad de clientes, accionistas, colaboradores y proveedores ocupa un lugar central en todas nuestras acciones, por lo que aplicamos estrictos protocolos de seguridad e higiene en todos nuestros Centros de Negocios.

A pesar de ello, acabamos de ser notificados de que hoy lunes 18 de mayo, uno de nuestros colaboradores del Centro de Negocios ubicado en el Bulevar Los Próceres 11-28 zona 10, dio positivo a la prueba de Covid-19, por lo que activamos de inmediato el protocolo de respuesta aplicando las siguientes medidas:

- ▶ Nuestro colaborador recibe las atenciones y el tratamiento correspondiente
- ▶ El personal del citado Centro de Negocios guarda cuarentena y brindamos el seguimiento de rigor
- ▶ El Centro de Negocios permanecerá cerrado mientras llevamos a cabo un minucioso proceso de desinfección y abrirá de nuevo el próximo lunes 25 de mayo con personal distinto.

Reiteramos nuestro compromiso con el bienestar de todas las personas y no escatimamos esfuerzos para proteger su seguridad y salud.

Juntos Saldremos Adelante

👍🙄😱 564 46 comentarios 227 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Enviar mensaje

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* Bantrab



Bantrab

10 de abril · 🌐



QuédateEnCasa y realiza tus transacciones por **#BantrabEnLínea** y **#AppBantrab**. Pero si tienes que visitar nuestros centros de negocios, sigue estas disposi... Ver más

BANTRAB

Estamos comprometidos con tu salud

y para evitar la propagación del COVID-19 hemos adoptado las siguientes medidas:

- Es obligatorio utilizar mascarilla dentro del centro de negocios.
- Aplicate alcohol en gel en las manos al entrar.
- Permite que te tomemos la temperatura corporal. Si tienes más de 37.5°C, tendremos que negarte el acceso por tu seguridad y la de los demás.
- Mantente a 1.5 metros de distancia de la persona que te antecede en la fila.
- No vengas acompañado. Solo se permitirá el ingreso de una persona.

Agradecemos tu comprensión y apoyo. *#JuntosSaldramosAdelante* ▶

👍❤️😬 81

20 comentarios 31 veces compartido

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

📧 Enviar mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* Bantrab



Bantrab

29 de abril a las 12:00 · 🌐



Si tienes que visitar nuestros centros de negocios, lo mejor es que tengas presente las medidas que tomamos para proteger tu salud. También puedes realizar tus tra... Ver más

Estamos comprometidos con tu salud y para evitar la propagación del COVID-19, hemos adoptado las siguientes medidas:

- Uso obligatorio de mascarilla.
- Control de la temperatura corporal.
- Aplicación de alcohol en gel al entrar.
- 1.5 metros de distancia en filas.
- 37.5°C: Con más de 37.5°C, negaremos el acceso.
- No se puede entrar acompañado.

Agradecemos tu comprensión y apoyo.
#JuntosSaldremosAdelante

Enviar mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* Bantrab



Bantrab

2 de mayo a las 17:00 · 🌐

Prepárate para cualquier emergencia en casa. **#HacesLatir** cuando cuidas tu salud.



32

3 comentarios 9 veces compartido

Enviar mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social Facebook Bantrab

Anexo 5.

Red social Facebook de Emprendo por ti Suchitepéquez



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social Facebook "Emprendo por ti" Suchitepéquez

 **Emprendo por ti Suchitepéquez** ...
Ayer a las 13:00 · 

Sigue estos consejos para definir el rumbo de tu idea de negocio. #Bantrab #HacesLatir #EmprendoPorTi #RedNacionalDeGruposGestores



¿Cómo hacer un plan de negocios?

Define la visión y misión de tu negocio

Establece los objetivos a corto y largo plazo

Elabora una estrategia para cumplir tus metas

BANTRAB EMPRENDO POR TI Red Nacional de Grupos Gestores

 6 1 vez compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

 Mensaje ...

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social Facebook "Emprendo por ti" Suchitepéquez



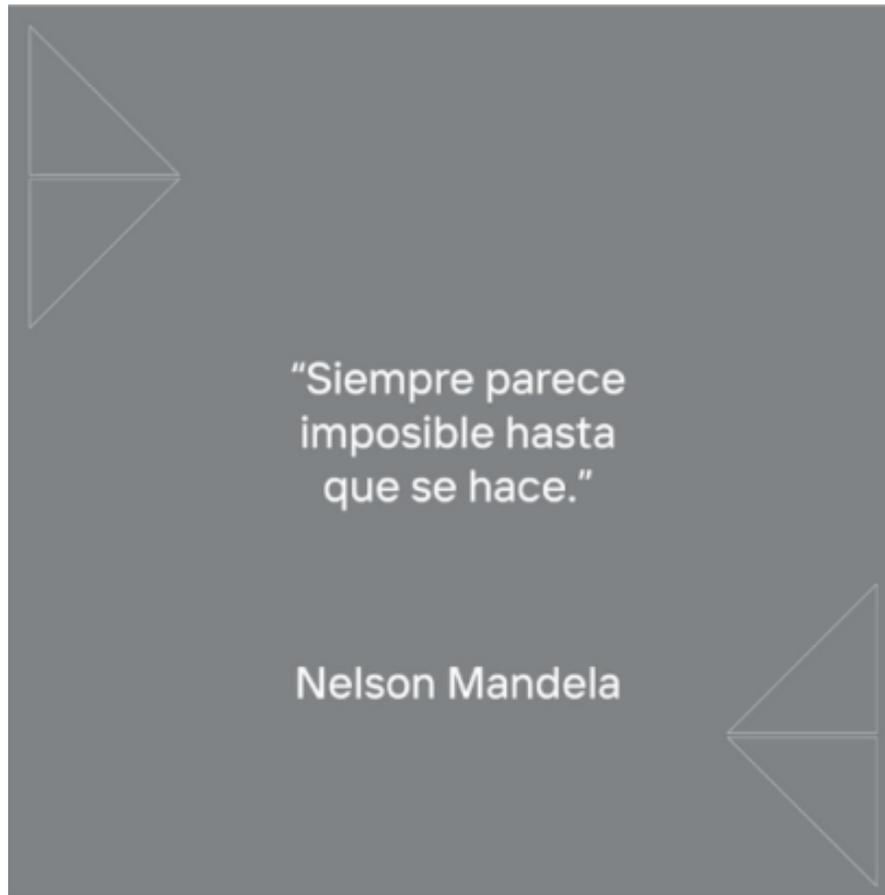
Emprendo por ti Suchitepéquez



viernes a las 12:13 ·

Tú tienes las capacidades para cumplir tus sueños.

#Bantrab #TrabajoPorTi #EmprendoPorTi #Red... Ver más



“Siempre parece imposible hasta que se hace.”

Nelson Mandela

5

Me gusta

Comentar

Compartir

Mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* “Emprendo por ti” Suchitepéquez

 **Emprendo por ti Suchitepéquez** ...
15 de mayo a las 15:00 · 

Inscríbete al diplomado gratuito en línea de **#EmprendoPorTi** aquí: <https://bit.ly/2zdisQW>
... Ver más



 6 1 comentario 5 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

 Mensaje 

Red social Facebook de Emprendo por ti Suchitepéquez



Emprendo por ti Suchitepéquez



13 de mayo a las 12:00 · 🌐

Si eres Emprendedor y quieres hacer crecer tu negocio.

Inscríbete al Diplomado gratuito en línea aquí: [htt...](#) Ver más

¿Tienes una idea de negocio?

Hazla crecer con

EMPRENDO POR TI

Inscríbete antes del 18 de mayo

4 sesiones virtuales en Zoom y Facebook live

Asesoría personalizada en línea

Formación técnica



👍 7

1 vez compartido

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

📧 Mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social Facebook "Emprendo por ti" Suchitepéquez

 **Emprendo por ti Suchitepéquez** ...
9 de mayo a las 16:00 · 🌐

Si eres Emprendedor y quieres hacer crecer tu negocio.

Inscríbete al Diplomado gratuito en línea aquí <http...> Ver más



Andrea tenía una idea de negocio, pero **necesitaba ayuda**

Aplicó a **EMPRENDO POR TI** y fue una de las **150 personas seleccionadas**

En el programa recibió formación técnica personalizada **para dar vida a su proyecto**

Su proyecto fue tan bueno, que ganó **Q 10,000 de capital semilla**

BANTRAB

Red Nacional de Grupos Gestores

👍❤️😂 140 1 comentario 14 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

 Mensaje ...

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social Facebook “Emprendo por ti” Suchitepéquez



Emprendo por ti Suchitepéquez



9 de mayo a las 13:14 · 🌐

¡Mantente firme para alcanzar tus objetivos! **#Bantrab**
#HacesLatir #EmprendoPorTi
#RedNacionalDeGruposGestores



“La disciplina es el
puente entre tus metas
y que las consigas.”

Jim Rohn



 Me gusta

 Comentar

 Compartir

 Mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* “Emprendo por ti” Suchitepéquez



Emprendo por ti Suchitepéquez



6 de mayo a las 11:01 ·

Sigue en directo nuestra charla de la semana. En esta ocasión, la psicóloga Flor Granados hablará sobre cómo gestionar el subibaja emocional. **#EmprendoPorTi**
#BancAprende



Bantrab transmitió en vivo.

6 de mayo a las 11:00 ·

Charlas Virtuales Bantrab Mayo

Sigue en directo nuestra charla de la semana. En esta ocasión, la psicóloga Flor Granados hablará sobre cómo gestionar el subibaja emocional. **#EmprendoPorTi**
#BancAprende



2912 reproducciones



Mira videos con tus amigos o con un grupo

Iniciar

Mensaje



Red social Facebook de Emprendo por ti Suchitepéquez



Emprendo por ti Suchitepéquez



1 de mayo a las 12:00 · 🌐

Cuida tu salud mental durante la emergencia del COVID-19.
Inscríbete a la charla virtual en: <https://bit.ly/3f6vPTq> y aprende cómo manejar tus... Ver más



**Charla virtual
de la semana**

**¿Cómo gestionar el
subibaja emocional?**

Flor Granados

Psicóloga de Bantrab

**6 de mayo
a las
11:00 horas**

#JuntosSaldremosAdelante



Me gusta

Comentar

Compartir

Mensaje



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, red social *Facebook* "Emprendo por ti" Suchitepéquez

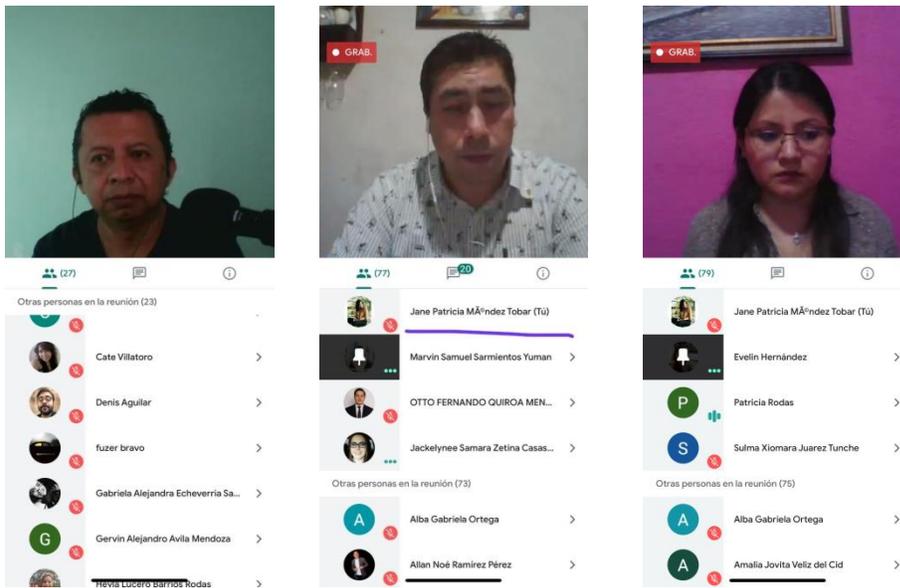
Anexo 6.

Página web de Bantrab

The screenshot shows the Bantrab website interface. At the top, there is a browser address bar with the URL <https://www.bantrab.com.gt/> and a search bar. Below the browser, a navigation bar includes the Bantrab logo and menu items: BANCA PERSONAL, BANCA EMPRESA, BANCA PRIVADA, NUESTRO APORTE, CENTROS DE NEGOCIOS, CONTACTANOS, and CONOCE BANTRAB. A secondary navigation bar features icons for COTIZADORES FINANCIEROS, COTIZA TU CREDITO, SEGUROS BANTRAB, INVESTOR RELATIONS, GOBIERNO CORPORATIVO, and BANCAPRENDE. The main content area is a dark blue banner with the text 'BANTRAB presenta' and 'Cuentos con los trabajadores' in a stylized font. A white box on the left contains the text 'DESCÁRGALOS AQUÍ'. On the right, a paragraph reads: 'Una serie de historias que motivarán el hábito de la lectura en los niños, mientras los inspiran con narraciones de esfuerzo y sueños.'

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, página web de Bantrab

Anexo 7. Screens de conferencias informativas de parte de la ECC



Anexo 8.

Materiales ejecutados

Se adjunta algunas capturas de pantalla de la revista digital debido a que está en revisión con el área de Comunicación Externa en Bantrab.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia

▶ EDITORIAL

DIRECTORIO

Presidente del Banco de los Trabajadores
Director General Corporativo

CONSEJO EDITORIAL

Directora Corporativa de Comunicación y Mercadeo
Director de Programa Emprendo por Ti
Gerente Corporativo de Publicidad y Promoción
Coordinación de Comunicación Externa
Coordinador del Proyecto Red Nacional de Grupos Gestores

REDACCIÓN

Analistas de Comunicación Externa

DIRECCIÓN Y EDICIÓN

Coordinadora Corporativa de Comunicación Externa

DISEÑO

Jane Patricia Méndez Tobar



ÍNDICE

1 EDITORIAL	
Historia Emprendo por Ti.....	3
2 ALCANCES	
Departamentos que abarca el programa.....	4
3 NOVEDADES	
Lanzan Novakult la tienda online de emprendedores	6
4 FORMACIÓN	
Fases Emprendo por Ti.....	8
5 CASOS DE ÉXITO.....	11
6 ESTADÍSTICAS	12
7 TIPS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD.....	13
8 MARKETING	
YOLO.....	14

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Historia EMPRENDO POR TI

Nace del compromiso de Bantrab con Guatemala y todos los trabajadores. La ley orgánica establece que el banco debe promover la creación de nuevas fuentes de empleo. Es por ello que el emprendimiento es uno de los ejes de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La iniciativa también se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 1, 4, 6, 8, 10 y 17, que buscan erradicar la pobreza, reducir las desigualdades sociales y de género, generar trabajo decente y crecimiento económico, e impulsar educación de calidad.

Bantrab y la Red Nacional de Grupos Gestores lanzaron en 2018 *Emprendo por Ti*, un programa de desarrollo empresarial gratuito que capacita durante un año, a personas con ideas creativas de negocio.

La primera de las cinco ediciones se realizó en Suchitepéquez; ese año se extendió a Sacatepéquez y Alta Verapaz, y los próximos a Quetzaltenango, Escuintla y Petén.

La Red Nacional de Grupos Gestores es el aliado estratégico en esta aventura. Esta asociación promueve iniciativas para el desarrollo local y territorial con el fin de mejorar la población y su calidad de vida. Trabaja por construir una sociedad con igualdad de diferencias sociales y culturales. Una de las fortalezas es que sus líderes regionales son personas del entorno, y por tanto, están identificadas con las necesidades de su territorio.



▶ ALCANCES

DEPARTAMENTOS

QUE ABAR

2018 SACATEPÉQUEZ

• Héctor Marroquin

Casa Artesanías

• Sofía Guzmán

Marca de artículos personalizados Arabeska

• Sheila Estrada

Chocolate Chicacao

• Andrea Monterrosa

Repostería saludable Little Sweet

• Stephanie Morales

Escuela Integral de Arte Eiffel



2019 SUCHITEPÉQUEZ

• David José Vicente

Hackerspace eSociety

La necesidad de crear un espacio para investigar y desarrollar ideas tecnológicas llevó a David a fundar Hackerspace eSociety.

Impartió charlas, talleres, cursos de electrónica, programación y robótica en centros educativos. Invertió capital semilla que le otorgó Empleado por TI en su emprendimiento.

Su aspiración es convertirlo en el segundo hackerspace oficial de Guatemala, después de Campus Tech.

• Julio Jesús Eduardo Cos Ajxup

Lácteos de la Costa

Cos Ajxup identificó una oportunidad de negocio en la elaboración de productos lácteos sin preservantes. Su idea comenzó a tomar forma después de los cursos que recibió en el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad. Para fue gracias al programa Empleado por TI que creó Lácteos de la Costa. El 30 de agosto pasado, sus ojos vieron el resultado de su esfuerzo: ese día empezó a producir y comercializar queso fresco.

• Lidia María Isabel Barco Muñoz

Luna Girasol

Un crédito para adquirir una estufa de sales hornillas, una batidora manual y utensilios caseros permitieron a Lidia abrir su propio negocio en 2017. Tenía 18 años de edad. La demanda por sus pastiles artesanales y artísticas en San José La Máquina, Suchitepéquez, la obligaron a ampliar su taller y comprar equipo profesional. La joven emprendedora invertió los Q10 mil que recibió de Empleado por TI en una nueva línea de productos, así como la promoción de sus servicios de catering y banquetes en todo el departamento.

2019 SACATEPÉQUEZ

• Carmen Felipa Salazar Zulueta

Café Carmen

Esta emprendedora cultiva y procesa café orgánico en una pequeña plantación localizada en Anáguas. Gracias a la formación recibida en Empleado Por TI, mejoró la presentación y la manera de promocionar el grano. También identificó la oportunidad de tostarlo y, de esa manera, reducir sus costos de producción. Por esa razón, invertirá el capital semilla que recibió de Empleado por TI en una tostadora. Además de aumentar su productividad, maquinará café para otros productores.

• Rita María Reyes del Pinal

Clarima Coffee Tours

Un entorno natural increíble con cascadas, vegetación, animales y una finca de café en Acatenango es la oferta de Clarima Coffee Tours. Sin embargo, Rita María, su propietaria, soñaba con llevar el negocio a otro nivel y brindar a los visitantes una experiencia de aroma y sabor.

Es por ello que planea invertir el capital semilla que le otorgó Empleado por TI en una máquina para preparar café expresso. Esto será el inicio de Clarima Coffee Shop.

• Francisco Eduardo Osorio Mateo

Talk English

Cuando Francisco inició su emprendimiento tenía un objetivo claro: mejorar las oportunidades de las personas de Santa Lucía Milpitas Altas. Lo haría enseñándoles inglés a un precio accesible. Hoy cuenta con 65 estudiantes que aprenden mediante juegos de mesa, películas y actividades interactivas. Pero quiere lograr mayor impacto. Por eso invertirá los Q10 mil que recibió de Empleado por TI en las instalaciones de su academia. Comprará pupitres y equipo audiovisual.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

2019
ALTA VERAPAZ

• **Antonio Escobar Hernández**

Ecocentro Yalhá

Se trata de un emprendimiento familiar que nació en junio de este año y tiene sede en Yalhá, una aldea de Panuná (Alta Verapaz) que alberga a más de 50 especies de aves y tiene un manto acuífero vívido. Se trata de una agencia que organiza tours a los sitios turísticos de Alta Verapaz.

• **Amarilis Eugenia / Abraham Cab Cao**

Walnuts

Los hermanos Cab Cao son originarios de San Juan Chamelco. Crearon la marca Walnuts y producen trufas de chocolate amargo, granola y bolitas de semillas. Se inscribieron en el programa Emprendo por TI y recibieron capacitación. Su objetivo es ampliar la gama de productos orgánicos, bajos en azúcares y libres de harinas refinadas. Invertirán el capital semilla que ganaron en equipos y utensilios para el área de producción. Entre ellos, una selladora de pedis, una balanza digital, dos mesas de acero inoxidable, seis bandejas de aluminio y una olla para derretir el chocolate.

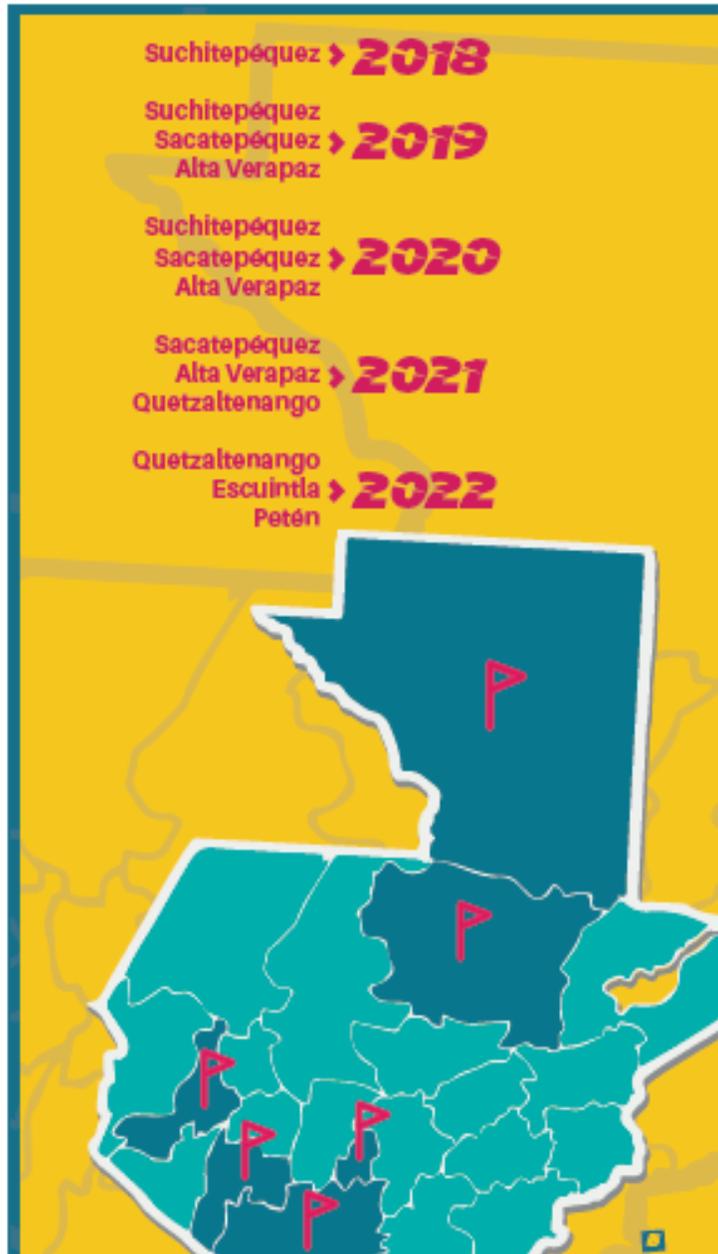
• **Ana Paula Solano García**

Dethus

Ana Paula abrió una tienda de alimentos orgánicos y artesanales en Alta Verapaz.

Ofrece productos estándar y personalizados. Atiende personas con requerimientos nutricionales específicos, así como veganos, diabéticos y alérgicos al gluten y la lactosa.

Utilizará los Q10 mil de capital semilla que ganó para comprar una estufa de gas, una refrigeradora, una licuadora y una batidora.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

► NOVEDADES

Lanzan Novakult

la tienda online de emprendedores

El Grupo Financiero Bantrab y la Red Nacional de Grupos Gestores presentaron Novakult, una tienda en línea que impulsará la comercialización de las artesanías creadas por emprendedores que participan en *Emprendo por Ti* (el programa de formación empresarial que desarrollan ambas instituciones desde 2018), así como otros programas a nivel nacional.

“Este es un paso muy importante para impulsar el ecosistema emprendedor guatemalteco. Este nuevo espacio permitirá a los participantes de *Emprendo por Ti* y de otros programas de la Red Nacional de Grupos Gestores, contar con una nueva forma de comercializar sus productos e impulsar el crecimiento de sus negocios”, explicó Michel Caputi, Gerente General de Bantrab.

Actualmente, Novakult ya ofrece productos de 12 emprendedores. Entre los productos ofertados pueden encontrarse prendas de moda, textiles, artesanías en madera o accesorios como pulseras, aretes y chalinas. La disponibilidad de productos por categoría será limitada y rotará para asegurar la exclusividad.

“Esta iniciativa busca ser un motor que genere energía y motivación para que todos los actores del entorno, emprendimientos, empresarios y cadenas productivas logren el desarrollo económico desde lo local”, puntualizó Marco Mayén, encargado de la estrategia de comercialización de Novakult.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.



Los productos de los emprendedores interesados en participar en esta iniciativa ya tendrán que estar desarrollados para su comercialización, ser innovadores, únicos y estar relacionados con el arte y la cultura.

Alejandro Arango, Gerente General de la Red Nacional de Grupos Gestores, explicó que "los nuevos productos serán identificados dentro de los programas que nosotros apoyamos, pero también haremos convocatorias públicas para que emprendedores de todo el país presenten sus propuestas".

Si usted desea apoyar a los emprendedores locales ingrese a www.novalcult.com, elija los productos de su interés, añádalos a su carreta de compras y pague con su tarjeta de débito o crédito. También existe la opción de pagar contra entrega y de realizar un depósito o una transferencia.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

► FORMACIÓN

FASES que lleva el programa *Emprendo por Ti*



Fase I ► Diplomado para Emprendedores

Debido a restricciones gubernamentales emitidas a raíz de la emergencia de la pandemia del Coronavirus Covid-19, el desarrollo del diplomado se vio interrumpido y únicamente se trabajaron de forma presencial las dos primeras sesiones. A raíz de la situación se adaptaron las siguientes sesiones (III y IV) para que estas pudieran trabajar en línea con los emprendedores. En las primeras semanas de abril, se realizaron las sesiones 3 y 4 a través de grupos cerrados de Facebook y algunas sesiones por Zoom, se optó para tener un mejor control y registro de participantes la plataforma de Facebook Live y se da seguimiento con asesorías a través de diversas plataformas, adaptándonos a las necesidades de la mayoría de emprendedores. Hasta el momento se han identificado emprendimientos con potencial de crecimiento, con los cuales se está dando un seguimiento continuo para que pueda seguir asistiendo y comunicando con ellos para motivarlos a seguir en el programa.

SESIÓN 1

Emprender sin miedo

- ¿Qué es un emprendedor?
- Contexto y entorno del emprendimiento
- Causas de fracaso
- Características de un emprendedor exitoso
- Habilidades blandas
- Introducción al modelo de negocios
- Test Innovación / emprendedor

SESIÓN 2

Innovación y creatividad

- Innovación y creatividad
- Introducción a la creatividad e innovación
- Pensamiento divergente
- Pensamiento convergente
- Definir la idea con oportunidad
- Análisis del contexto
- Introducción al Mapa de empatía

SESIÓN 3

Validar sueños

- Mapa de empatía
- Propuesta de valor

SESIÓN 4

Trazar la ruta al éxito

- Canales de distribución y comunicación
- Finanzas para emprendedores
- Métricas clave

SESIÓN 5

Prueba piloto

- Prototipado
- Branding para producto/servicio
- Marketing digital
- Introducción a Pivoting
- ¿Cómo presentar un proyecto?



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Fase 2 → Formación Técnica



La formación técnica, consiste en formación especializada, esta fase es la segunda del programa y se realiza el proceso de filtrado de 50 emprendedores por región. En esta ocasión y ante la situación de la pandemia del COVID-19, se tuvo la oportunidad de hacer un taller enfocado a poder responder ante la problemática y la crisis que están viviendo algunos emprendimientos.

Se desarrolló la formación técnica *"Estrategias digitales ante la pandemia"* la cual tuvo muy buena aceptación, se tuvo la participación de 59 emprendedores de Suchitepéquez, Sacatepéquez y Alta Verapaz, haciendo un promedio de 20 participantes de cada una de las regiones. Cabe resaltar que para ser una primera experiencia y tomando en cuenta que no se tiene la cultura de recibir formación de manera virtual, se tuvo interacción con los participantes, se lograron dar a conocer estrategias útiles y responder las inquietudes de los asistentes.

Asimismo, se pudo medir el grado de interés de los participantes, pues solicitaron a pesar que se tenía una agenda con una hora de tiempo, se amplara para poder dar otros consejos y responder más inquietudes.



TALLERES DE FORMACIÓN TÉCNICA



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

Fase 3 > Incubación de Negocios

Los servicios de incubación, está considerada como la fase III del programa, dentro de esta, los emprendedores pueden acceder a recibir servicios de desarrollo a través de asesorías con temas específicos. Asimismo, en esta fase se realiza el segundo filtrado de emprendedores, quedando únicamente **25** emprendedores por región, quienes pueden acceder a estos servicios.

Como ya se ha mencionado anteriormente, ante la crisis de la pandemia del COVID-19, se tuvo que brindar reforzamiento y seguimiento a las sesiones del diplomado, detectando algunos emprendedores con necesidades puntuales, a quienes se les tuvo que brindar los servicios de incubación.



Fase 4 > Capital Semilla

Se entregarán 5 premios a las mejores propuestas de emprendimiento, los cuales ascenderán a la cantidad de **Q. 10,000.00** por premio.



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

▶ CASOS DE ÉXITO

Casa Artesanías



Logo: Casa Artesanías

Terraria Micro Jardines



Logo: Terraria

La Casa de las Semillas



Logo: La Casa de las Semillas

Eiffel Escuela Integral



Logo: Eiffel

Entre Tiempo



Logo: Entre Tiempo

Chicacao



Logo: Chicacao

Little Sweet Repostería Saludable



Logo: Little Sweet

Maz+Sano's Club de Nutrición



Logo: Maz+Sano's Club de Nutrición

Sabor



Logo: Sabor

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

+2,000

personas serán capacitadas al finalizar los 5 años del programa (2018-2022)

+1,252

emprendedores fueron capacitados en los primeros 3 años en Suchitepéquez, Sacatepéquez y Alta Verapaz



654 (53%)
mujeres



598 (47%)
hombres

89
emprendimientos nacientes desde que inició el programa

1,120 emprendedores de 18 a 44 años



129
empleos generados

Estos ya casi han logrado

2 millones
en ventas

- ♦ **35 emprendedores** recibieron Q. 10,000 de **capital semilla** para impulsar sus negocios en las 4 primeras ediciones.
- ♦ **3,000 anuales** invertidos en cada beneficiario de *Emprendo por TI*.



Próxima convocatoria para inscribirse
febrero 2021

Para participar, solo debes tener una idea de negocio y ganas de emprender.

► TIPS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD

Todos somos seres creativos, pero se necesita liberar ese potencial y tener más ideas originales para que puedas aplicar a tu negocio. Estos son 5 hábitos que puedes incorporar a tu vida y que te ayudarán a ser una persona más creativa:

1 Establecer una rutina



Te equivocas al pensar que la creatividad surge del caos, todo lo contrario, si te das cuenta los escritores profesionales tienen una rutina por la que escriben varias horas cada día no importa si están más o menos inspirados, ellos simplemente escriben y eso es lo que tienes que hacer porque como bien decía Picasso "que la inspiración te encuentre trabajando" por lo tanto si necesitas trabajar en un nuevo proyecto, una nueva estrategia, en nuevos productos de negocio que quieras lanzar, destina un tiempo dentro de tu calendario, no significa que las ideas vayan a aparecer en ese horario exacto pero si que destines dos horas en una mañana a estar pensando en eso que deseas para que así las ideas puedan fluir. Ve anotando todo aquello que se te ocurra como una brainstorm y de esta manera las ideas irán llegando pero si necesitas tener una idea rápida, Ponle una fecha límite porque si no irás aplazando cada vez más y la idea nunca llegará. Lo mejor es que establezcas una rutina y que dediques el tiempo que necesitas para trabajar en ella.

2 Sal a pasear



Pasear en silencio, deja todo lo que quite tu atención simplemente pasea contigo mismo y con la naturaleza y si no tienes cerca un parque o algún algún sitio natural al que puedas acudir, pasea por la ciudad no importa, pero deja que los pensamientos simplemente fluyan, no intentes controlar en nada, no sigas pensando en ese proyecto, simplemente intenta relajarte, descansar, desconectar y te aseguro que las ideas llegarán. Salir a pasear y caminar es una de las mejores formas de superar los bloqueos creativos, así que esto te sirve tanto, si estás trabajando en nuevas ideas para tu negocio, un paseo de 15-20 minutos es suficiente y te ayudará a despejar tu mente y tener mejores ideas.

3 Inspírate con otros



Si tienes ideas originales que crees que a nadie se le haya ocurrido anteriormente, es prácticamente imposible es por eso que debes inspirarte en lo que los otros hacen, eso no quiere decir que copies, trata de inspirarte, por eso es importante que lees de vez en cuando, que veas páginas de internet que te den buenas ideas y que al final te inspires con lo que otros están haciendo. Anota todas aquellas ideas que vayan fluyendo mientras lees un libro o ves un video.

4 Anotar todas las ideas sin juzgarlas



Absolutamente todas las ideas que tengas no importa si son buenas o malas simplemente anótalas en una hoja, tu celular, un cuaderno o en cualquier lugar donde puedas volverlas a ver. No se recomienda revisar las ideas luego de haberlas escrito, ya que esto te hará juzgarlas y eso no es el fin. Déjalas un tiempo en ese lugar donde las apuntaste y verlas horas o incluso días después con otra mentalidad, se podrán ver si son ideas buenas o malas, si se pueden cambiar, ampliar o transformar.

5 Hacer ejercicio con frecuencia



Está comprobado que hacer ejercicio te ayuda a potenciar ese pensamiento creativo, así que haz ejercicio, el que más sea de tu agrado, no debe ser un ejercicio fuerte o brusco. Con ejercicio se logrará desbloquear la creatividad y que las ideas fluyan.



MARKETING



Es una aplicación móvil que permite realizar transacciones y abrir cuentas monetarias o de ahorro en Bantrab. A continuación, algunas preguntas frecuentes:

¿A quiénes está dirigido YoLo?

Está destinado para usuarios de cuentas monetarias y de ahorro Bantrab y también para todas las personas que no sean clientes Bantrab.

¿Necesito tener datos móviles para realizar transacciones con YoLo?

Con YOLO podrás realizar tus transacciones sin gastar tu plan de datos de internet.

¿Qué hago si tengo inconvenientes para descargar, configurar o usar YoLo?

Comunicate a nuestro Contact Center al 1765, donde gustosamente te brindaremos asistencia.



¿Qué tipo de transacciones puedo realizar con mi YoLo?

- Abrir una cuenta de ahorro o monetaria
- Pagar a otra persona
- Pagar en un negocio
- Retirar efectivo en Centros de Negocios

¿Puedo realizar transferencias hacia otros bancos con YoLo?

No, las transacciones que se pueden realizar son las de persona a persona o de persona a comercios con cuentas Bantrab.

¿Al abrir mi cuenta de YoLo tengo acceso a Bantrab en línea?

Sí, recibirás tus accesos a Bantrab en Línea en tu correo electrónico.

¿Cómo puedo retirar dinero con YoLo?

A través de un código numérico que genera la aplicación y que deberás presentar junto con tu Documento Personal de Identificación (DPI), en cualquiera de nuestros Centros de Negocios.

¿Cómo abrir una cuenta Bantrab con YoLo?

- Descarga la aplicación YoLo en Google play (Android) o App Store (Apple)
- Verifica tus datos por medio del escaneo de tu DPI
- Tómate una selfie
- Completa la información personal y tus fuentes de ingresos
- Elige la cuenta de ahorro o monetaria que te convenga

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

¿Por qué es necesaria la verificación de identidad para abrir una cuenta de YoLo?
Porque eso permitirá al sistema saber que eres una persona y no un robot.

¿Qué hago para empezar a usar la cuenta que abrí con YoLo?
Deposita dinero para comenzar a realizar transacciones. Puedes transferir fondos desde otro banco o visitar un Centro de Negocios para depositar.

¿Cuánto tiempo puedo mantener mi cuenta con saldo a cero (Q0.00)?
Podrás tenerlo con saldo cero hasta por seis meses, después de este tiempo tu cuenta será deshabilitada.

Si tengo un negocio ¿cómo puedo recibir pagos con YoLo?
Genera un código QR dentro de la aplicación y ponlo visible en tu establecimiento.

¿Cómo se realizan las transacciones con YoLo?

- Genera un código numérico o un código QR por medio de los cuales podrás pagar a otras personas.
- Paga por medio de códigos QR en comercios.
- Genera un código numérico por medio de los cuales podrás retirar efectivo en centros de Negocios.

¿Cuántos códigos numéricos y códigos QR puedo generar para pagar?
Todos los que necesites, según la disponibilidad de fondos de tu cuenta.

¿Cuántos códigos QR puede generar un negocio para recibir pagos?
Puede generar uno por cada cuenta que posea.

¿Qué pasa si elimino el código QR?
Podrás generar uno nuevo si lo necesitas.

¿Cuánto tiempo de validez tiene un código numérico y un código QR para pago?
Tiene validez por 10 minutos.

¿Cómo puedo compartir un código numérico?
Se puede compartir por cualquier sistema de mensajería (Whatsapp, Messenger, SMS, entre otros).

¿Cuánto tiempo de validez tiene el código numérico para retiro de efectivo?
Tiene un tiempo de validez de 5 minutos.



Abre tu cuenta en línea en minutos



Sin necesidad de ir al banco



Desde cualquier lugar y a cualquier hora



Realiza cobros y pagos de inmediato



No consumes datos



Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.

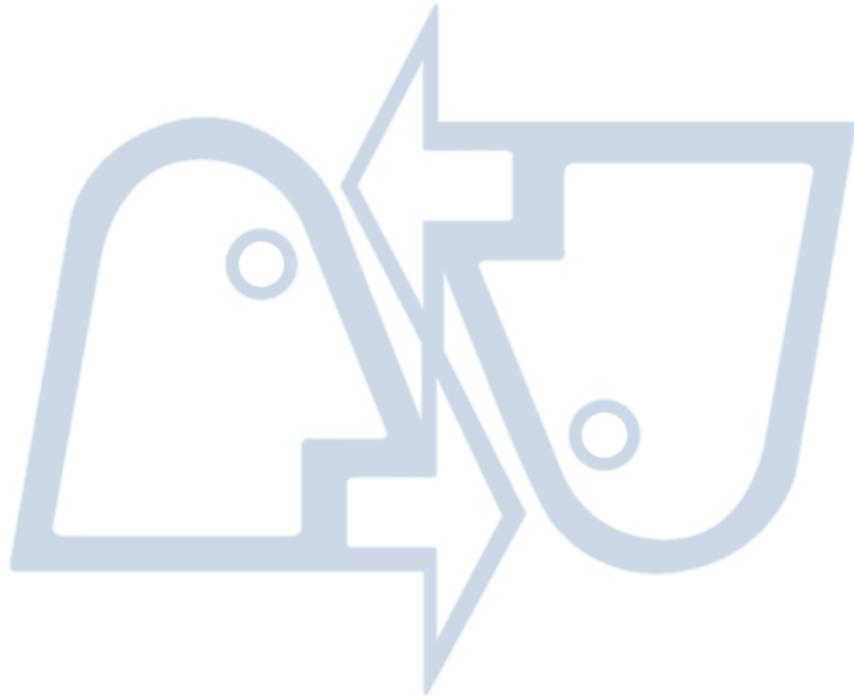
“No importa
que tan **LENTO** vayas
mientras no te
DETENGAS”

- Confucio



 **BANTRAB**
www.bantrab.com.gt

Fuente: Jane Patricia Méndez Tobar, elaboración propia.



Comunicación
creando futuro