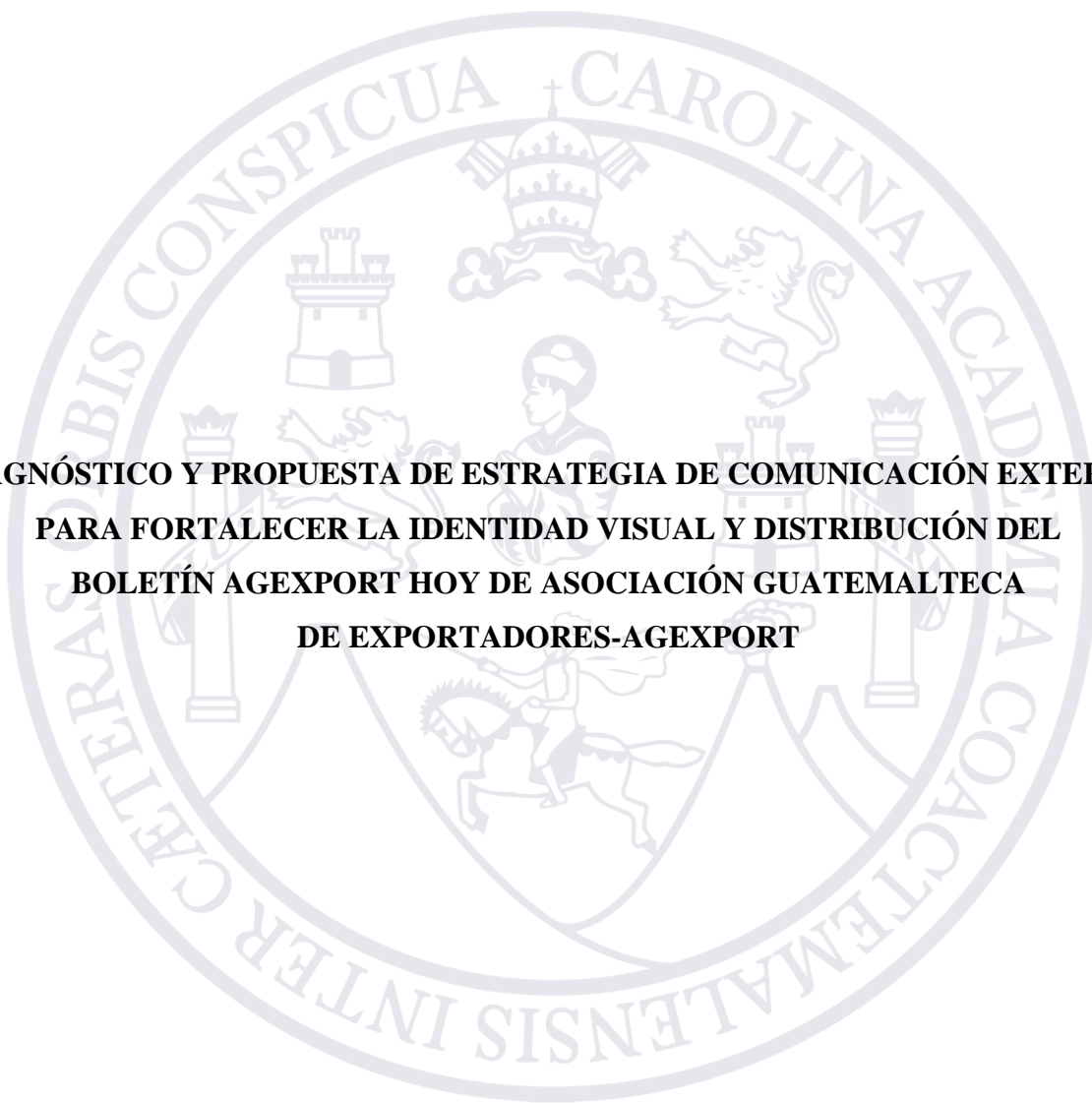


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA
PARA FORTALECER LA IDENTIDAD VISUAL Y DISTRIBUCIÓN DEL
BOLETÍN AGEXPORT HOY DE ASOCIACIÓN GUATEMALTECA
DE EXPORTADORES-AGEXPORT**

ANGÉLICA MARÍA RIVAS

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Diagnóstico y propuesta de estrategia de comunicación externa para
fortalecer la identidad visual y distribución del Boletín AGEXPORT Hoy
de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT**

Comunicación

Presentado por:

Angélica María Rivas

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Guatemala, octubre 2022

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

Director

César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Dr. Marco Julio Ochoa España
M.A. Silvia Regina Miranda López

Representante Estudiantil

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS Licenciatura

Coordinador

M.A. Luis Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán
M.A. Evelin Hernández
Lcda. Krista María Ramírez
Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman
M.A. Edgar Martínez García
M.A. Allan López
Lic. Mynor René Martínez
Lic. Luis Fernando Lucero



Guatemala 24 de octubre 2022

Ref.001

Estudiante de EPS de Licenciatura

Angélica María Rivas

Registro académico: 200318220

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **Diagnóstico y propuesta de estrategia de comunicación externa para fortalecer la identidad visual y distribución del Boletín AGEXPORT Hoy de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC.

Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Coordinador

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisor/a

cc Brenda Ch
cc. CoordinaciónEPSL



Guatemala, 16 de febrero 2022

EPSL-2022

Licenciada Marlene Martínez
Gerente de Comunicación Externa
Asociación Guatemalteca de Exportadores - AGEXPORT
Presente.

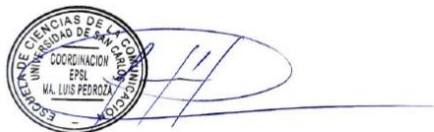
Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Angélica María Rivas** con número de registro académico **200318220** y Carné **2392801210101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- e. Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. La práctica tiene duración del 24 de enero al 16 de septiembre 2022
- h. Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866

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

Copia estudiante / supervisor





Guatemala 28 de febrero 2022

M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Pedroza:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado a la estudiante: **Angélica María Rivas**, con número de registro académico 200318220 y Carné **2392801210101**, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la realización del Ejercicio Profesional Supervisado, correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra empresa AGEXPORT Guatemala, nos adaptamos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Prácticas comprendidas en el período del 21 de febrero al 16 de septiembre del 2022.

Atentamente,

Licda. Marlene Martínez
Gerente de Comunicaciones
AGEXPORT



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



Dedicatoria a:

- Dios:** Por sus bendiciones y sabiduría, por ser guía en todas las etapas de mí vida, especialmente para lograr este triunfo.
- Mi esposo:** Oscar Flores, te dedico este triunfo, gracias por estar a mi lado, por tu amor, cariño y sobre todo el apoyo incondicional para lograr mis sueños y metas.
- Mis hijos:** Diego, Sebastián y María Fátima Flores Rivas, les dedico este triunfo son lo más importante en mi vida, por su cariño y amor, son mí inspiración para seguir adelante y llegar al final de esta meta.
- Mi abuelita:** Por haberme formado en el inicio de mi vida, mi cariño hasta el cielo.
- Mis tíos:** Por ser fuente de confianza y fortaleza en el cumplimiento de mis metas profesionales.
- Mi hermano:** Gracias por su cariño y apoyo.
- Mi suegra:** Gracias por su cariño, apoyo y fortaleza en esta etapa de mi vida.
- Mis cuñados:** Gracias por su cariño y apoyo en esta etapa de mi vida.
- Mi familia:** Personas especiales en mi vida, porque de una u otra forma siempre me han ayudado en el cumplimiento de mis metas.
- Mis amigos:** Por los consejos y apoyo en este proceso de vida.



Agradecimientos a:

- La Universidad de San Carlos de Guatemala, por adoptarme y brindarme la oportunidad de convertirme en una profesional.
- La Escuela de Ciencias de la Comunicación, por darme la experiencia profesional de cada catedrático, a los cuales agradezco su dedicación y paciencia para optar por este título.
- Al programa de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-, por ser parte de mi formación académica, gracias a las autoridades por brindarnos todo su apoyo en la coyuntura que atraviesa nuestra alma máter.
- La Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT, por brindarme la oportunidad de realizar mi práctica de -EPS- y ayudar en mi profesionalización.
- Mi asesora Licda. Brenda Chacón, por ser una guía en cada momento de este proceso, gracias por compartir sus conocimientos y ser una fuente de inspiración.
- Mi amiga querida Michelle Flores, por todo el apoyo y compañerismo durante este proceso de formación profesional.
- Al grupo de EPSL 2022, por el compañerismo durante este proceso.



Índice

Índice de tablas	i
Índice de figuras	ii
Introducción.....	iii
Justificación.....	v
Antecedentes.....	vi
Capítulo 1	1
Diagnóstico de Comunicación	1
1.1 La Institución.....	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Origen e historia	2
1.5 Alianzas estratégicas de AGEXPORT	5
1.6 Sectores y departamentos de AGEXPORT	7
1.6.1 Sector Agrícola.....	7
1.6.2 Sector Acuicultura y Pesca.....	7
1.6.3 Sector Manufacturas.....	7
1.6.4 Sector Servicios	7
1.6.5 Sector <i>Contact Center & BPO</i>	8
1.6.6 Sector de Vestuario y Textiles (VESTEX).....	8
1.6.7 Dirección General.....	8
1.6.8 Gerencia de Cooperación y Alianzas Internacionales	8
1.6.9 Gerencia de competitividad País Sector Exportador	9
1.6.10 Gerencia de Desarrollo de Mercados y Promoción Comercial	9
1.6.11 Gerencia de Administración y Finanzas	9
1.6.11.1 Contraloría y Auditoría Interna	9
1.6.12 Gerencia de Gestión Humana.....	9
1.6.13 <i>Office of Strategy Management (OSM)</i>	10
1.6.14 Gerencia de Comercialización y Servicio al Cliente	10
1.6.15 Gerencia de Informática	10
1.6.16 Gerencia de VUPE (Ventanilla única para las Exportaciones)	10



1.6.17	Gerencia Escuela de Comercio Exterior (ECE)	11
1.6.18	Dirección de Servicios al Exportador	11
1.6.19	Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicación	11
1.6.19.1	Gerencia de Comunicación	11
1.6.19.1.1	Revista <i>DataExport</i>	12
1.6.19.1.2	Revista Movimiento Guatemala <i>Beyond Expectations</i>	14
1.6.19.1.3	Periódico digital AGEXPORT Hoy	14
1.6.19.1.3.1	Boletín AGEXPORT Hoy	15
1.7	Organigrama de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT	18
1.8	Misión	19
1.9	Visión	19
1.10	Objetivos institucionales	20
1.11	Público objetivo	21
1.12	Diagnóstico	21
1.12.1	Pregunta de investigación	21
1.12.2	Objetivo general	21
1.12.3	Objetivos específicos	22
1.13	Metodología	22
1.13.1	Descripción del método	22
1.13.1.1	Método deductivo	22
1.13.2	Tipo de investigación	22
1.13.2.1	Investigación Descriptiva	23
1.13.3	Enfoque metodológico	23
1.13.3.1	Cualitativo	23
1.13.4	Técnicas e instrumentos de recolección	24
1.13.4.1	Observación	24
1.13.4.2	Documentación	25
1.13.4.3	Entrevista	25
1.13.4.4	Análisis de contenido	25
1.13.4.4.1	Función expresiva o emotiva	27
1.13.4.4.2	Función apelativa o conativa	27



1.13.4.4.3	Función poética	28
1.13.4.4.4	Función fática	28
1.13.4.4.5	Función metalingüística	28
1.13.4.4.6	Función referencial.....	28
1.13.5	Interpretación de los resultados	28
1.13.5.1	Observación	28
1.13.5.2	Documentación.....	36
1.13.5.3	Entrevista.....	37
1.13.5.4	Análisis de contenido	41
1.14	FODA comunicacional	43
1.15	Problemas detectados	46
1.16	Planteamiento del problema comunicacional	46
1.17	Indicadores de éxito.....	47
1.18	Límites y alcances de la investigación	48
1.18.1	Límites	48
1.18.2	Alcances.....	48
1.19	Cronograma del diagnóstico.....	49
1.20	Proyecto a desarrollar	50
Capítulo 2	51
Plan de Comunicación	51
2.1	Plan estratégico de comunicación	51
2.2	Elementos comunicacionales.....	52
2.2.1	Comunicación.....	52
2.2.1.1	Emisor.....	53
2.2.1.2	Receptor.....	53
2.2.1.3	El mensaje	54
2.2.1.4	El código.....	54
2.2.1.5	El canal	54
2.2.1.6	El contexto.....	55
2.2.2	Comunicación organizacional	56
2.2.2.1	Tipos de comunicación organizacional	56



2.2.2.1.1	Comunicación interna.....	56
2.2.2.1.2	Comunicación externa	57
2.3	Objetivos.....	57
2.3.1	General.....	57
2.3.2	Específicos.....	57
2.4	Estrategia	57
2.4.1	Estrategia para redes sociales	58
2.4.1.1	<i>Facebook</i>	58
2.4.1.2	<i>Instagram</i>	58
2.4.1.3	Descripción de estrategia.....	59
2.5	Acciones	61
2.6	Público objetivo.....	65
2.7	Mensajes clave.....	66
2.8	Indicadores de las acciones.....	67
2.9	Recurso Humano	70
2.10	Financiamiento y Presupuesto	71
2.11	Beneficiarios.....	72
2.12	Área geográfica de acción	72
2.13	Cuadro operativo de la estrategia	73
2.14	Plan de acción.....	77
2.15	Cronograma del plan de comunicación	84
2.16	Calendario editorial	86
Capítulo 3	88
Ejecución del plan de Comunicación	88
3.1	Informe de ejecución	88
3.1.1	Rediseño del logo AGEXPORT Hoy	88
3.1.1.1	Objetivo	88
3.1.1.2	Medio utilizado.....	88
3.1.1.3	Presupuesto utilizado.....	89
3.1.1.4	Resultados obtenidos	89
3.1.1.5	Evidencia del material	90



3.1.2	Campana informativa “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”	91
3.1.2.1	Objetivo	91
3.1.2.2	Medio utilizado.....	91
3.1.2.3	Presupuesto utilizado.....	91
3.1.2.4	Resultados obtenidos	92
3.1.2.5	Evidencia del material	92
3.1.3	Campana institucional “Suscríbete Hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”	96
3.1.3.1	Objetivo	96
3.1.3.2	Medio utilizado.....	96
3.1.3.3	Presupuesto utilizado.....	96
3.1.3.4	Resultados obtenidos	97
3.1.3.5	Evidencia del material	97
3.1.4	Código QR para facilitar la suscripción y el acceso al Boletín AGEXPORT Hoy	101
3.1.4.1	Objetivo	101
3.1.4.2	Medio utilizado.....	101
3.1.4.3	Presupuesto utilizado.....	101
3.1.4.4	Resultados obtenidos	102
3.1.4.5	Evidencia del material	102
3.1.5	Cronograma general	103
	Conclusiones.....	105
	Recomendaciones	106
	Referencias bibliográficas	107
	Anexos.....	110



Índice de tablas

Tabla 1. Alianzas de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.....	5
Tabla 2. Ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy	16
Tabla 3. Bitácora de observación	29
Tabla 4. Guía de observación No. 1	31
Tabla 5. Guía de observación No. 2	32
Tabla 6. Guía de observación No. 3	33
Tabla 7. Guía de observación No. 4	34
Tabla 8. Guía de observación No. 5	35
Tabla 9. Respuestas de cuestionario de entrevista.....	38
Tabla 10. Análisis del Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria	41
Tabla 11. Análisis del Boletín AGEXPORT Hoy, edición Comité de Mujeres Exportadoras	42
Tabla 12. Análisis FODA	44
Tabla 13. Descripción de las acciones Objetivo 1	63
Tabla 14. Descripción de las acciones Objetivo 2.....	64
Tabla 15. Indicadores de logro de las acciones	67
Tabla 16. Descripción del recurso humano	70
Tabla 17. Presupuesto general	71
Tabla 18. Cuadro operativo de la estrategia Objetivo 1	73
Tabla 19. Cuadro operativo de la estrategia Objetivo 2	75
Tabla 20. Descripción del producto No. 1	77
Tabla 21. Descripción del producto No. 2.....	78
Tabla 22. Descripción de la actividad No. 1.....	79
Tabla 23. Descripción de la actividad No. 2.....	79
Tabla 24. Descripción del producto No. 1	80
Tabla 25. Descripción del producto No. 2.....	81
Tabla 26. Descripción de la actividad No. 1.....	82
Tabla 27. Descripción de la actividad No. 2.....	83
Tabla 28. Ejemplo de programa para capacitación.....	83
Tabla 29. Presupuesto de rediseño de logotipo del Boletín AGEXPORT Hoy	89
Tabla 30. Presupuesto de Campaña “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”	91
Tabla 31. Presupuesto de Campaña institucional “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”.....	96
Tabla 32. Presupuesto para elaboración de Código QR	101



Índice de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT	2
Figura 2. Revista Digital DataExport	13
Figura 3. Revista Movimiento Guatemala <i>Beyond Expectations</i>	14
Figura 4. Portal del periódico digital AGEXPORT Hoy	15
Figura 5. Boletín AGEXPORT Hoy, Opinión.....	17
Figura 6. Boletín AGEXPORT Hoy, Diario	17
Figura 7. Organigrama general de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT	18
Figura 8. Organigrama de la Dir. de Relaciones Institucionales / Gerencia de Comunicación ..	19
Figura 9. Factores y funciones del proceso comunicativo del modelo de Jakobson	27
Figura 10. Elementos del Plan de Comunicación.....	52
Figura 11. Ecosistema digital de AGEXPORT	55
Figura 12. Público Objetivo	65
Figura 13. <i>Buyer</i> Persona	65
Figura 14. <i>Buyer</i> Persona	66
Figura 15. Logo actual del Boletín AGEXPORT Hoy.....	77
Figura 16. Calendario editorial para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	86
Figura 17. Calendario editorial para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	87
Figura 18. Rediseño de logo AGEXPORT Hoy.....	90
Figura 19. Concepto creativo	92
Figura 20. Artes para <i>Facebook</i>	93
Figura 21. Artes readecuados para <i>Instagram</i>	93
Figura 22. Historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	94
Figura 23. Redacción de mensajes clave	94
Figura 24. Mensajes para redes sociales, 6 semanas	95
Figura 25. Concepto creativo	97
Figura 26. Artes para <i>Facebook</i>	98
Figura 27. Artes readecuados para <i>Instagram</i>	98
Figura 28. Historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	99
Figura 29. Redacción de mensajes clave	99
Figura 30. Mensajes para redes sociales, 6 semanas	100
Figura 31. Código QR	102



Introducción

El presente trabajo es un diagnóstico y propuesta de plan de comunicación realizado para la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT a través del Boletín AGEXPORT Hoy, producto del periódico digital con el mismo nombre.

En el primer capítulo se plantea el diagnóstico de comunicación y se detalla todo el perfil institucional de la asociación, en él se observa cómo está organizada por sectores, comisiones y varias gerencias.

Se describen brevemente los medios de comunicación externa de la organización, la revista digital *DataExport*, la revista *Guatemala Beyond Expectations* y el periódico digital AGEXPORT Hoy junto a su producto principal, el Boletín AGEXPORT Hoy.

Se revelan las principales debilidades de comunicación externa identificadas en el FODA y se evidencia el método y las técnicas de investigación utilizadas para dar solución a los objetivos del diagnóstico y llegar así a las conclusiones de este estudio.

Asimismo, en el segundo capítulo se encuentra el plan de comunicación, en él se muestra la propuesta de estrategia y las acciones a tomar para dar solución a los hallazgos encontrados en el diagnóstico de comunicación.

Además, se describe la comunicación, sus elementos, la comunicación externa y el enfoque que esta debe tener, el cual siempre será estar en armonía con los públicos de la organización y así posicionar la imagen de ésta.

Igualmente se mencionan los mensajes clave para enlazar el diagnóstico con el plan de comunicación, se establece el público objetivo y los canales por los cuales se realizará la estrategia, además de describir a los beneficiarios.



El capítulo tres está dedicado exclusivamente a la propuesta de la ejecución de este proyecto. Mostrando las diferentes actividades sugeridas, junto a su respectivo objetivo, medio utilizado, presupuestos, resultados obtenidos y la evidencia de los materiales realizados.

En este apartado se describen las tácticas propuestas para fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy, así como las actividades para incrementar la suscripción a través del portal AGEXPORT Hoy.

Al momento de redactar este informe aún se encuentran pendientes de revisión y aprobación las diferentes actividades presentadas a la institución por lo que se está a la espera de su pronta publicación.



Justificación

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura es indispensable poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas, ya que el fin principal del EPSL es instruir a los estudiantes en el campo de la comunicación organizacional interna y externa.

Es necesario realizar un diagnóstico de comunicación y convertirlo en una herramienta para la investigación y detección de debilidades y amenazas del Boletín AGEXPORT Hoy de la Asociación de Exportadores de Guatemala AGEXPORT.

Igualmente es preciso conocer a fondo la descripción del Boletín AGEXPORT Hoy producto del periódico digital, para entender su contenido, canales y frecuencia de distribución.

Así mismo es primordial realizar un plan de comunicación en el que el Boletín AGEXPORT Hoy utilice su propia identidad visual, la cual debe ser socializada oportunamente para poderla posicionar y diferenciar de otros productos comunicacionales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores.

Además, es imperante realizar este plan de comunicación para que sea una herramienta de apoyo en torno a los portales del periódico digital AGEXPORT Hoy y la revista *DataExport* al visualizar el Boletín AGEXPORT Hoy y esto genere interés en los medios institucionales antes mencionados.



Antecedentes

En la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Flavio Herrera se encuentra el Informe Final de Ejercicio Profesional de Práctica Supervisada de Licenciatura Tot (2021) en el documento titulado *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna para el Periódico digital AGEXPORT HOY de AGEXPORT*, muestra un plan de sistematización y reconocimiento de interés de los usuarios del portal AGEXPORT Hoy, además de la redacción de una nueva sección para la Guía de Estilos de Medios de Comunicación de AGEXPORT.

También se encuentra la obra de García Lara (2021) denominada *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para la revista DataExport de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT*, en éste se habla acerca del conocimiento que tienen los colaboradores de la institución acerca de la revista *DataExport*, pero también analiza la parte externa de la comunicación, en esta abarca a socios y proveedores entre otros.

Además, se encuentra el Informe Final de Ejercicio Profesional de Práctica Supervisada de García Aceytuno (2021) titulado *Diagnóstico y Plan Estratégico de Comunicación Externa de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT* en el cual su autora señala: se percibe como debilidad la cobertura de información del sector exportador en el área fuera de la ciudad, denotando que el interior del país es precisamente el menos atendido en cuanto a temas de exportación.

También se publicó la tesis de maestría de Vides (2018) titulada *Opinión pública sobre el trabajo social y rural de AGEXPORT* en la cual expresa la opinión que tiene el público acerca de AGEXPORT.

El IFEPSL de Méndez (2016) denominado *Estrategias para fortalecer la comunicación en el equipo de Ventas del Departamento de Comercialización y Servicio al Cliente de Agexport*, tuvo como función principal mejorar el clima laboral del departamento de Comercialización y Servicio al cliente, a través de diferentes estrategias.



También en la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se encuentra el Informe Final de Ejercicio Profesional de Práctica Supervisada de Licenciatura de Cabrera (2014) denominado *Campaña Comunicacional en Medios Digitales, Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT*, en el que aborda una campaña comunicacional llamada Guatemala sale adelante.

AGEXPORT ha trabajado en su comunicación interna y externa, con los años ha logrado solucionar diferentes dificultades que afectaban a su institución. A través del tiempo han posicionado la revista *DataExport*, el periódico digital AGEXPORT Hoy y se quiere lograr lo mismo con el Boletín AGEXPORT Hoy.

Cada estudio realizado tiene diferente enfoque, pero todos han logrado detectar y resolver las diferentes circunstancias de AGEXPORT.



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución

Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT

1.2 Perfil Institucional

Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT es una institución sin fines de lucro, fundada desde 1982. El principal motor es fomentar el crecimiento de las exportaciones guatemaltecas, mediando procesos e iniciativas a través de herramientas de innovación, formación y capacitación especializada. Además, facilita el acceso a nuevos mercados a través de plataformas completas para la generación de negocios. Apoya a la competitividad de las empresas y sus sectores y logra representatividad ante los actores públicos y privados. Es así como contribuye al empleo y desarrollo sostenible de Guatemala a través de las exportaciones (AGEXPORT, s.f.).

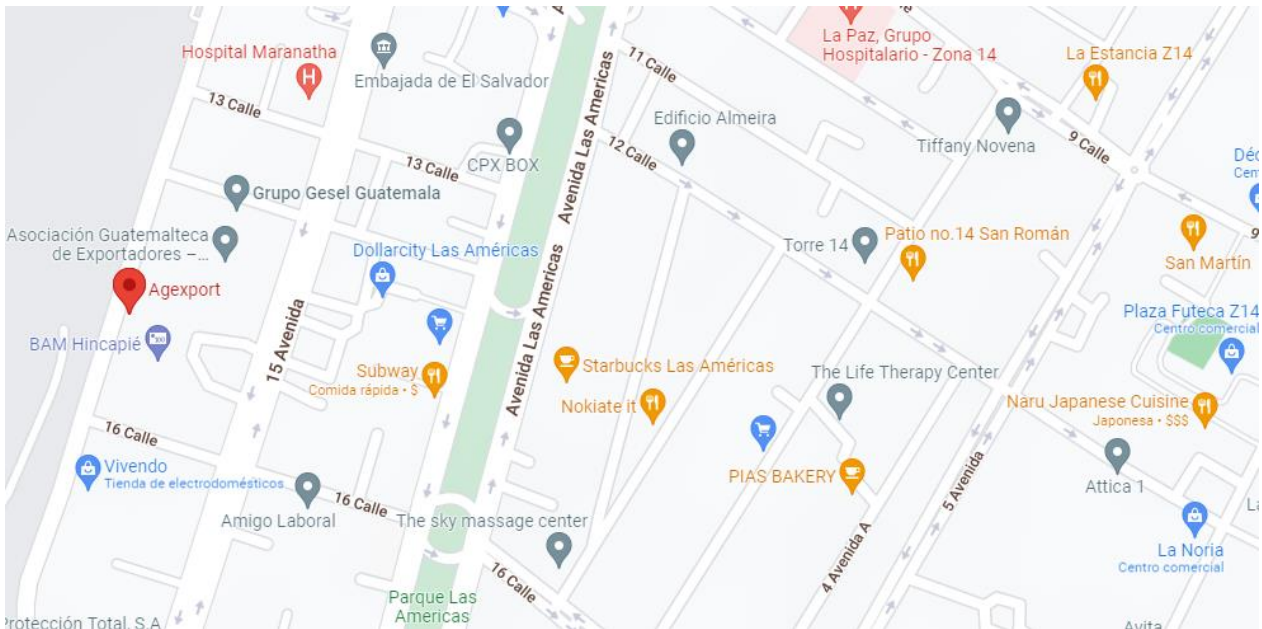
AGEXPORT agrupa a las empresas exportadoras en 6 sectores y 26 comisiones de trabajo según su especialización. Estos sectores son: Agrícola, Acuicultura y Pesca, Servicios, Manufacturas, Vestuario y Textiles, *Contact Center & BPO*.

1.3 Ubicación geográfica

La institución está ubicada al sur de la ciudad de Guatemala, en un lugar céntrico de fácil acceso en la 15 avenida 14-72 Zona 13, cuenta con dos edificios además de parqueo para empleados y visitantes.

Figura 1.

Ubicación geográfica de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT



Fuente: Google Maps (2022)

1.4 Origen e historia

La historia de AGEXPORT es detallada de manera amplia dentro de Villatoro (2017) y detalla que a inicios de la década de los ochenta, la economía en Guatemala y Centroamérica estaba en un período crítico de estancamiento; dependían casi exclusivamente de las exportaciones de los productos tradicionales: café, banano, azúcar y cardamomo. Además, el país había entrado en una crisis por la carencia de divisas.

En el resto del istmo, el panorama no era tan diferente. Nicaragua había abrazado un régimen comunista y en El Salvador se desarrollaba una guerra civil, lo cual hizo que bajara el consumo en la región. Además, todos los países centroamericanos estaban altamente presionados por la deuda internacional.

Es por lo que grupos de empresarios en Guatemala se empezaron a reunir para dar impulso a las exportaciones, sobre todo para diversificarlas y que los productos no tradicionales cobraran auge. Ello se vio favorecido por la Iniciativa para la Cuenca del Caribe impulsada por Estados Unidos,



que pretendía abrir su mercado y contrarrestar el avance político de la entonces Unión Soviética. Ello hizo que se facilitara el comercio de la producción en Centroamérica y el Caribe que preveía el abatimiento de todo tipo de impuestos de importación.

En 1981, los dos grupos empresariales que se conformaron en Guatemala fueron la Asociación Gremial de Exportadores (AGEX) y Cominter. El primero reunió a altos ejecutivos de empresas como Mario Calderón, de Kellog's; José Rodolfo Pérez Lara, de Alimentos Kern's; Luis Pedro Toledo de Alimentos de Maíz, y Amador Carballido de Industria Centroamericana de Vidrio, S.A., quienes se reunían en las oficinas privadas del Licenciado Alfonso Pimentel, asesor económico de varias empresas. La meta de este grupo era sentar las bases de AGEX.

El otro grupo, Cominter, estuvo conformado por Carlos José Castillo, de Cervecería Centro Americana, S.A.; Emilio Santano, productor de arveja china; Guillermo Rodríguez, de Sinusa, Eduardo Sperisen Yurt y Anthony Asturias, de Mimbres, S.A. Su objetivo era crear una comercializadora que estimulara la exportación de sus productos al mercado internacional.

El licenciado Castillo propuso la unión de ambos grupos ya que poseían similares intenciones, por lo que se conformó una comisión para acoplarlos. El señor Carballido, de AGEX y el ingeniero Sperisen de Cominter, fueron los encomendados, quienes elaboraron un documento en que se plasmaban los objetivos y propósitos, los cuales duraron por más de una década.

Tras la redacción del documento, se decidió darle carácter legal al grupo. El señor Juan Arturo Gutiérrez, que entonces fungía como presidente de la Cámara de Industria, ofreció una pequeña oficina con mobiliario y línea telefónica, además de una secretaria, para establecer una sede dentro de la Cámara. El grupo manifestó su interés a esta propuesta, por lo que el 19 de abril de 1982 surgió la Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales (GEXPRONT), adscrita a la Cámara de Industria.

Por diez años continuó bajo ese carácter legal. En 1992 cambió de orden social, por lo que pasó a denominarse Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales



(AGEXPRONT); en 1997, dejó su adscripción a la Cámara de Industria, constituyéndose como una asociación independiente.

Para 2006, se decidió una renovación de la imagen, así como el cambio del nombre a Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), tal y como se le conoce hoy en día.

Con la misión iniciada en 1982 de hacer de Guatemala un país exportador, el día 30 de marzo del año 2017, se inauguró el nuevo edificio como sede de las futuras generaciones de exportadores. Una casa de puertas abiertas a todos los que deseen contribuir al desarrollo de Guatemala, a través de la exportación.

A lo largo de estas décadas, AGEXPORT ha acompañado el proceso de los empresarios y del país para ampliar las exportaciones. (AGEXPORT, 2017, p. 9)



1.5 Alianzas estratégicas de AGEXPORT

Tabla 1.

Alianzas de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT

Proyecto	Ejecutores	Cooperante	Descripción
Proyecto Mipymes y Cooperativas + Competitivas	AGEXPORT es el ejecutor principal y sus socios co-ejecutores son la Red Nacional de Grupos Gestores y Sequa de Alemania	Unión Europea	<p>El consorcio de este proyecto comparte la visión que, mejorando la capacidad de las MIPYMES, Cooperativas y Asociaciones de Productores, se contribuye al desarrollo económico y a la cohesión social, considerando su potencial para la generación de empleo e ingresos.</p> <p>El Proyecto Mipymes y Cooperativas + Competitivas (MCC+) es una subvención que se ejecuta en el marco del Proyecto Mipymes y Cooperativas del Ministerio de Economía (MINECO) y la Unión Europea</p>
Proyecto Zona de Adyacencia Prospera	AGEXPORT es el ejecutor principal y sus socios co-ejecutores son La Asociación Balam y Asociación Amigos del Desarrollo y la Paz (ADP)	Unión Europea	El proyecto tiene el objetivo principal de promover el crecimiento económico local sostenible e inclusivo en la Zona de Adyacencia y sus alrededores. Brindando atención técnica a pequeños productores vinculándolos al mercado local e internacional, así como fomentando la participación ciudadana y la atención de conflictos por medio del dialogo.



ASPIRE Alianzas Sostenibles Para la Innovación, Investigación y Emprendimiento	Consortio de MIT-UVG-AGEXPORT la inversión forma parte de la iniciativa <i>BRIDGE-Train (Building Research and Innovation for Development, Generating Evidence, and Training)</i> de USAID	USAID	<p>Con este programa, el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, por sus siglas en inglés) colaborará con UVG y sus socios regionales en la creación de currículo, competencias docentes, capacitación en metodologías participativas y eficientes de investigación (<i>Lean Research</i>), y fortalecimiento del emprendimiento y la transferencia tecnológica a diversos sectores, replicando los modelos de innovación basada en investigación del MIT.</p> <p>Por otro lado, UVG incrementará la cantidad de investigadores, docentes y estudiantes colaborando con la industria y comunidades a través de proyectos, <i>hackathons</i>, <i>bootcamps</i>, talleres, intercambios internacionales, y otras actividades que darán vida al ecosistema de innovación. Además, agrega valor a diversos sectores a través de la ciencia y tecnología. UVG también se apoyará en su Observatorio Económico Sostenible (OES) para transformar los resultados de la investigación en información para toma de decisiones basada en evidencia. Por su parte, AGEXPORT apoyará al consorcio sirviendo como puente a sectores productivos para la detección de necesidades de investigación y para promover la transferencia y adopción de tecnología en <i>clústers</i> con potencial de generación de empleo y crecimiento económico.</p>
Programa Pro-Resiliencia	Programa mundial de Alimentos es el ejecutor principal y AGEXPORT como socio co-ejecutor	Unión Europea	<p>Contribuir a mejorar la seguridad alimentaria y la condición nutricional de los pobladores del Corredor Seco del Noreste de Guatemala, incluidas en el PRO-RESILIENCIA, por medio de la generación de ingresos como resultado de las actividades productivas e involucramiento de las mujeres en emprendimientos a nivel local.</p>

Fuente: comunicación personal (2022)



1.6 Sectores y departamentos de AGEXPORT

La Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT está conformada por sectores, comisiones y gerencias, siendo cada uno de los anteriores un engranaje en el funcionamiento de la institución.

1.6.1 Sector Agrícola

Apoya el desarrollo sostenible de las exportaciones agrícolas, facilitando y activando las cadenas de valor. Sus integrantes se han mantenido en el mercado gracias a la implementación de sistemas de calidad. Entre sus principales actividades está la feria internacional *AGRITRADE*.

1.6.2 Sector Acuicultura y Pesca

Este sector aglutina a más del 80% de productores y exportadores de productos de la acuicultura y pesca del país y lleva a cabo acciones encaminadas a mejorar el desarrollo sostenible de la exportación de estos productos. Este sector está conformado por empresas de: camaronicultura; pesca de atún, de camarón, de dorado y de tiburón; plantas de procesamiento; molinos de alimentos balanceados y pesca artesanal.

1.6.3 Sector Manufacturas

Está conformado por empresas exportadoras y fabricantes de productos manufacturados. Es reconocida en el ámbito mundial por su competitividad y aprovechamiento de los recursos naturales. Para la promoción del sector se realiza periódicamente la convención internacional de productos manufacturados: *MANUFEXPORT*.

1.6.4 Sector Servicios

Tiene como objetivo facilitar la internacionalización de las empresas de servicios, generando oportunidades de negocios, transferencia de conocimientos y tecnología. Gestiona las acciones que permiten el desarrollo de la competitividad del sector guatemalteco.



1.6.5 Sector *Contact Center & BPO*

Este sector reúne las empresas que prestan servicios de *Contact Center* y *Business Process Outsourcing (BPO)*, proveedores de tecnología, enlaces, telecomunicaciones y proveedores de mobiliario especializado. Dentro de las iniciativas que tiene el sector se encuentra el Programa *Finishing School Certification for Call Center Representatives* el primer programa de capacitación técnica para la empleabilidad desarrollado por la Comisión de CC & BPO, el cual brinda la oportunidad de obtener una certificación para trabajar en la industria; impartido por AGEXPORT e INTECAP, con la visión de generar más de 60 mil nuevos empleos directos en la industria.

1.6.6 Sector de Vestuario y Textiles (VESTEX)

Aquí se agrupan los productores de artículos de textiles y vestuario. Originalmente, formaba parte del sector de Manufacturas; sin embargo, ha tenido tal crecimiento, que se constituyó como un sector independiente. Se le conoce también como Vestex, con personalidad jurídica propia, por lo que también se le considera como uno de los servicios descentralizados de AGEXPORT. El objetivo es promover y desarrollar las exportaciones de vestuario y textiles, prestar servicios a los exportadores de estos productos, así como representar a sus miembros ante instituciones públicas o privadas.

1.6.7 Dirección General

Lidera a los colaboradores de AGEXPORT, coordina todo el trabajo. La principal función es canalizar los recursos y los esfuerzos de la institución, hacia aquellas oportunidades que le permitan alcanzar resultados significativos, cumpliendo y superando las expectativas de los clientes.

1.6.8 Gerencia de Cooperación y Alianzas Internacionales

Gestiona recursos de cooperación tanto técnica como financiera en apoyo a la visión de AGEXPORT: Hacer de Guatemala un País Exportador a través de la generación y consolidación



de alianzas con socios de la comunidad internacional, agencias de cooperación, organismos internacionales, gobierno y sector privado.

Busca optimizar el uso de los recursos de cooperación gestionados para contribuir al desarrollo sectorial, con énfasis en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES), la competitividad de los Servicios de Desarrollo Empresarial y el fortalecimiento institucional como contribución de AGEXPORT al desarrollo económico y social del país.

1.6.9 Gerencia de competitividad País Sector Exportador

De aquí salen todos los esfuerzos de AGEXPORT para propiciar la competitividad y el acceso a los mercados. Concentra sus esfuerzos en realizar actividades que contribuyan a la creación de un ambiente propicio para fomentar la inversión y el desarrollo productivo, el cual permita la inserción exitosa de los servicios guatemaltecos en los mercados internacionales.

1.6.10 Gerencia de Desarrollo de Mercados y Promoción Comercial

Ofrece a los empresarios de los diferentes sectores las herramientas de promoción, información comercial y facilitación de negocios internacionales en los mercados de interés.

1.6.11 Gerencia de Administración y Finanzas

Es el área responsable de dar soporte administrativo-financiero a las áreas de la institución por medio de la facilitación de procesos de compras, facturación y cobros.

1.6.11.1 Contraloría y Auditoría Interna

Se encarga de evaluar los controles de la institución, con base en el plan elaborado y la matriz de riesgos, asegurando que los sistemas de información funcionen correctamente.

1.6.12 Gerencia de Gestión Humana

Participa activamente en el diseño y ejecución de la estrategia de AGEXPORT habilitando a las personas a que tengan un enfoque en la satisfacción del asociado a través de una transformación



cultural enfocada en el servicio y teniendo como base la vivencia de los valores y competencias que la soporten.

1.6.13 *Office of Strategy Management (OSM)*

Es el área responsable de la administración de la estrategia organizacional, así como de la administración del sistema de Gestión de Calidad. La estrategia organizacional se mide por medio del SMUP, el cual es un habilitador tecnológico desarrollado como una solución *Process Driven* que soporta y promueve soluciones integrales del modelo *Execution Premium (XPP)* para desarrollar las competencias. La OSM se encarga de dar soporte a los usuarios que utilizan el sistema, así como, el realizar modificaciones, dar seguimiento y capacitación a los usuarios para utilizar la herramienta y preparar y coordinar las reuniones de monitoreo de avance de la estrategia.

1.6.14 Gerencia de Comercialización y Servicio al Cliente

Es responsable de generar un plan de negocios integral que permita promover los productos y servicios que ofrece AGEXPORT, además de fortalecer la comunicación y el posicionamiento de la institución.

1.6.15 Gerencia de Informática

Crea soluciones tecnológicas a nivel de desarrollo de aplicaciones e implementación de herramientas. Así como provee la infraestructura y el soporte técnico necesario para los servicios informáticos utilizados en AGEXPORT.

1.6.16 Gerencia de VUPE (Ventanilla única para las Exportaciones)

Coordinar y centralizar las instituciones involucradas en procedimientos y trámites de exportación para facilitar la comercialización externa de los productos guatemaltecos, impulsando el desarrollo de proyectos de Comercio Exterior para contribuir a mejorar la competitividad del país.



1.6.17 Gerencia Escuela de Comercio Exterior (ECE)

Se encarga de capacitar y brindar asesoría para que las empresas tengan una solución integral para poder mejorar sus procesos de exportación o iniciarse en el comercio internacional, si es que aún no están involucrados.

1.6.18 Dirección de Servicios al Exportador

Dirige las diferentes áreas que ofrecen servicios orientados a satisfacer las necesidades de las empresas exportadoras en temas de desarrollo de procesos electrónicos además de formación, profesionalización y asistencia técnica a empresas y su RRHH a través de temas enfocados en comercio exterior y la atención al socio.

1.6.19 Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicación

Se encarga de mantener la relación y comunicación institucional con los diversos actores públicos y privados de la sociedad, así como con los medios de comunicación, concentra sus esfuerzos en la incidencia para el impulso de Políticas Públicas que buscan mejorar el desarrollo y la competitividad de las diferentes actividades exportadoras.

Asimismo, esta división es la encargada de asegurar la representatividad institucional en los foros externos, públicos y privados que respondan a la visión, misión y objetivos estratégicos de la institución.

1.6.19.1 Gerencia de Comunicación

Se encuentra dentro de la dirección de Relaciones Institucionales y diseña la forma más efectiva de comunicación para llegar a audiencias claves, posicionando la imagen y valor agregado que AGEXPORT da al desarrollo de Guatemala, a través del trabajo de los diferentes sectores de exportación, así como de sus socios, dando a conocer las acciones y servicios que presta, generando en todos los públicos una actitud positiva y de reconocimiento.



De esa cuenta, impulsa una cultura exportadora por medio de campañas de comunicación, trabaja en la formación de líderes empresariales mediante el Programa de liderazgo AGEXPORT y construyendo el posicionamiento de AGEXPORT como fuente de información del sector exportador en medios de comunicación nacional e internacional.

Esta área está conformada por cuatro personas:

Gerente de comunicación: tiene entre sus funciones diseñar, coordinar, integrar, gestionar y tomar iniciativas en estrategias de comunicación, así como ejecutarlas a través de planes de acción específicos para aportar soluciones a las necesidades de comunicación de AGEXPORT.

Analista de Comunicación: implementa acciones técnicas en comunicación para lograr el cumplimiento de la estrategia de comunicación institucional, coordinando y ejecutando actividades de relaciones públicas y monitoreo de medios.

Editores de publicaciones: analiza, propone y produce materiales informativos, a través de la utilización de técnicas de comunicación, que sean utilizadas en los medios de comunicación institucionales de AGEXPORT.

Especialista de medios: Gestiona, analiza y consolida información para realizar materiales de comunicación y divulgación institucional. Además de administrar el periódico digital AGEXPORT Hoy, también es la encargada de coordinar las emisiones del Boletín AGEXPORT Hoy.

El Departamento de Comunicación apoya sus mensajes a través de varias herramientas institucionales: la revista *DataExport*, la revista Guatemala *Beyond Expectations* y el periódico digital AGEXPORT Hoy junto al Boletín AGEXPORT Hoy.

1.6.19.1.1 Revista *DataExport*

En 1985, AGEXPORT inició con el proyecto de realizar un Boletín electrónico, que informaba a los socios sobre las acciones ejecutadas. Posteriormente, en 1988, el Boletín electrónico

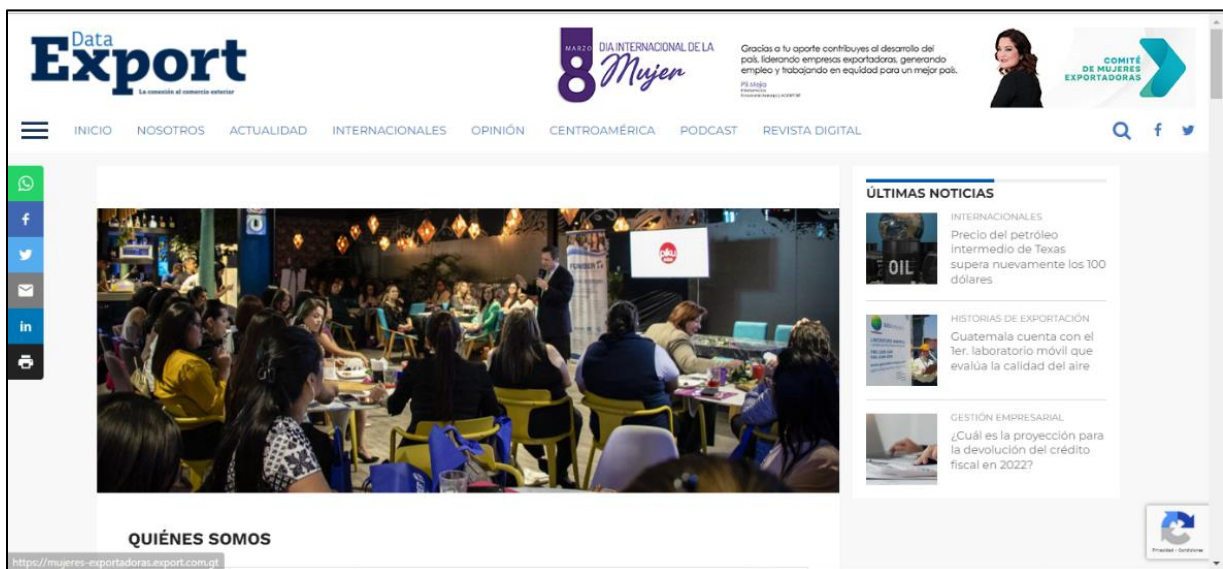


informativo era insuficiente para la cantidad de noticias y comunicados que se pretendía ofrecer a los socios; de esa cuenta, surge la revista *DataExport*, para informar mensualmente sobre las acciones de AGEXPORT, así como abordar temas de interés para el sector exportador.

Treinta y cuatro años después, *DataExport* se ha posicionado como la revista especializada en comercio exterior de Guatemala, enfocándose en los temas de exportación y todos los procesos que conlleva (AGEXPORT, 2022).

En el 2021 se elaboraron 12 ediciones mensuales: 11 ediciones digitales y 1 edición especial impresa. Con un número de visitas de 281 mil 676 sesiones y 757 mil 795 visitas a páginas, provenientes de 170 países. Esto representa un incremento en sesiones del 56.7 por ciento en comparación con 2020. En abril de 2021, se lanzó la versión multimedia en la cual se presenta cada edición mensual de forma. Esto permitió que se publicaran 9 ediciones multimedia, en la cual se destacaron temas centrales relacionados a los retos del comercio exterior, historias de exportación, ruta para la internacionalización y *tips* para superar los desafíos post pandemia. (AGEXPORT, 2021)

Figura 2.
Revista Digital *DataExport*



Fuente: Revista *DataExport* (2022)

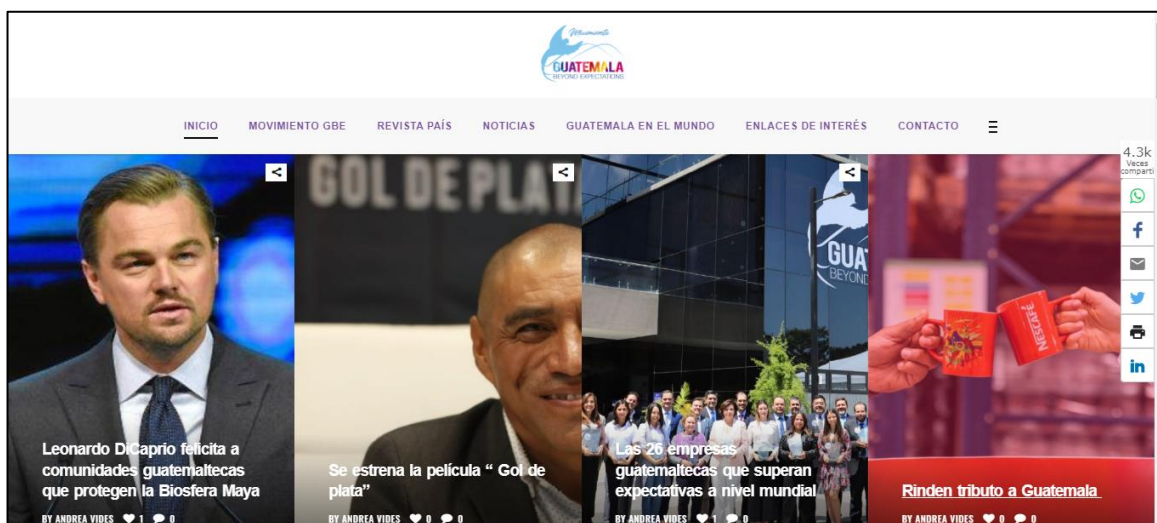


1.6.19.1.2 Revista Movimiento Guatemala *Beyond Expectations*

Es una herramienta de promoción comercial que nace de la necesidad del sector exportador guatemalteco y la iniciativa privada en general, de dar a conocer que el país cuenta con ventajas para ser un destino de negocios, turismo e inversión; cuyo lema principal es mostrar que lo hecho en Guatemala logra superar expectativas a través de puertas abiertas y la suma de empresas que crean en los valores que impulsa el movimiento Guatemala *Beyond Expectations*. (Movimiento Guatemala, 2022).

Figura 3.

Revista Movimiento Guatemala *Beyond Expectations*



Fuente: Revista *DataExport* (2022)

1.6.19.1.3 Periódico digital AGEXPORT Hoy

Es uno de los medios de información de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT, nació hace 9 años, luego de identificar la necesidad de crear una conciencia exportadora que permitiera instaurar un ambiente favorable para las exportaciones guatemaltecas a través de la comprensión del impacto positivo de esta actividad en la economía del país.

De esa cuenta, se buscó en primer lugar, mantener informados a los socios de todas las acciones que la institución estaba realizando, así como actividades que ponía a disposición. Pasados los años, este fue tomando mayor importancia en la difusión institucional, que se empezó a enviar a

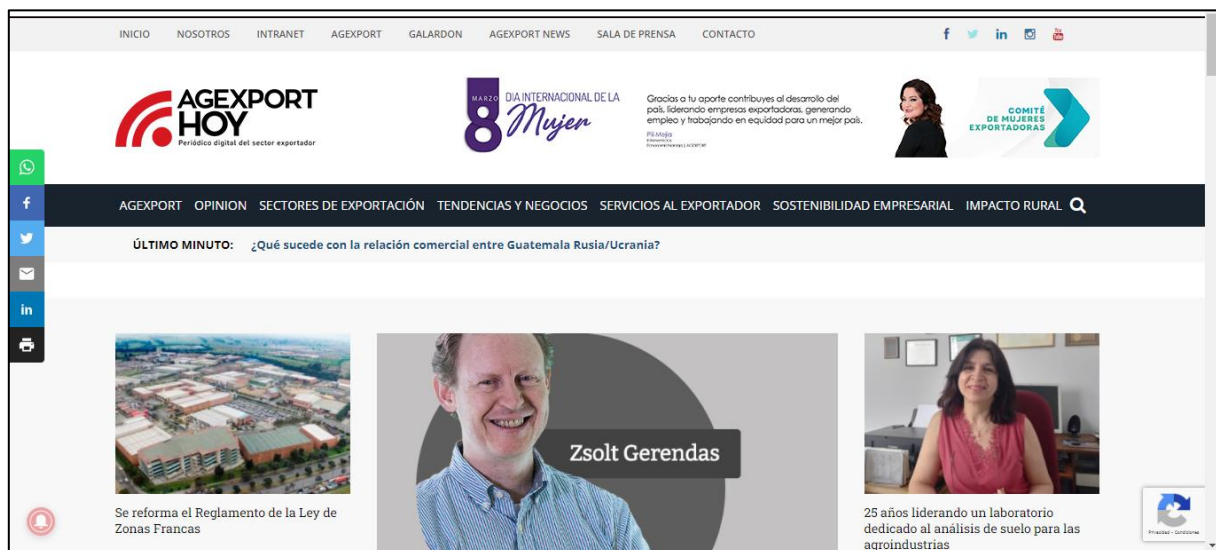


entidades cooperantes, agregados comerciales, prensa, entre otros. En 2013, el Boletín institucional dio un paso gigante, actualizando su formato para la era digital, pasando a ser AGEXPORT Hoy digital y así estar más cerca de su público objetivo.

AGEXPORT Hoy permite al usuario leer la información directamente desde herramientas como: dispositivo celular, tableta o computadora con la posibilidad de incluir servicios multimedia tales como videos, galería de fotos, presentaciones y transmisiones en vivo. (AGEXPORT Hoy, 2022)

Figura 4.

Portal del periódico digital AGEXPORT Hoy



Fuente: AGEXPORT Hoy (2022)

1.6.19.1.3.1 Boletín AGEXPORT Hoy

El Boletín AGEXPORT Hoy es la recopilación de las noticias más importantes del sector exportador principalmente del ámbito nacional. Surge a raíz de mantener informados a los lectores del portal AGEXPORT Hoy y que además fuera una mancuerna para unir las noticias, tanto del periódico como las de la revista *DataExport*.

Actualmente cuenta con más de 6,000 suscriptores, estos reciben el boletín a través de *e-mail* al suscribirse en el portal de AGEXPORT Hoy. Su público objetivo son los colaboradores, socios,



miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes, entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.

El principal fin es informar y ser una herramienta que genere interés en el portal del periódico digital AGEXPORT Hoy y en la revista digital *DataExport*.

En promedio, se envían 14 boletines al mes entre los cuales están:

Tabla 2.
Ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy

Edición	Frecuencia de publicación
Diaria	Tres veces por semana
Especial	Miércoles, cada quince días
Comité de Mujeres	Dos emisiones al año: marzo y septiembre
Opinión	Último jueves del mes
AGEXPORT news	Martes, una vez al mes
Top 5	Una vez al mes

Fuente: elaboración propia

No se cuenta con datos cualitativos de los suscriptores, sin embargo, se muestran las siguientes métricas: para el mes de marzo de 2022, en total se enviaron 14 boletines donde se obtuvo un porcentaje de rebote del 1.5%. El rango de aperturas fue de 23,126 mil aperturas, la tasa de clics fue de un 26.45%.



Figura 5.

Boletín AGEXPORT Hoy, Opinión

Fuente: AGEXPORT Hoy (2022)

Figura 6.

Boletín AGEXPORT Hoy, Diario

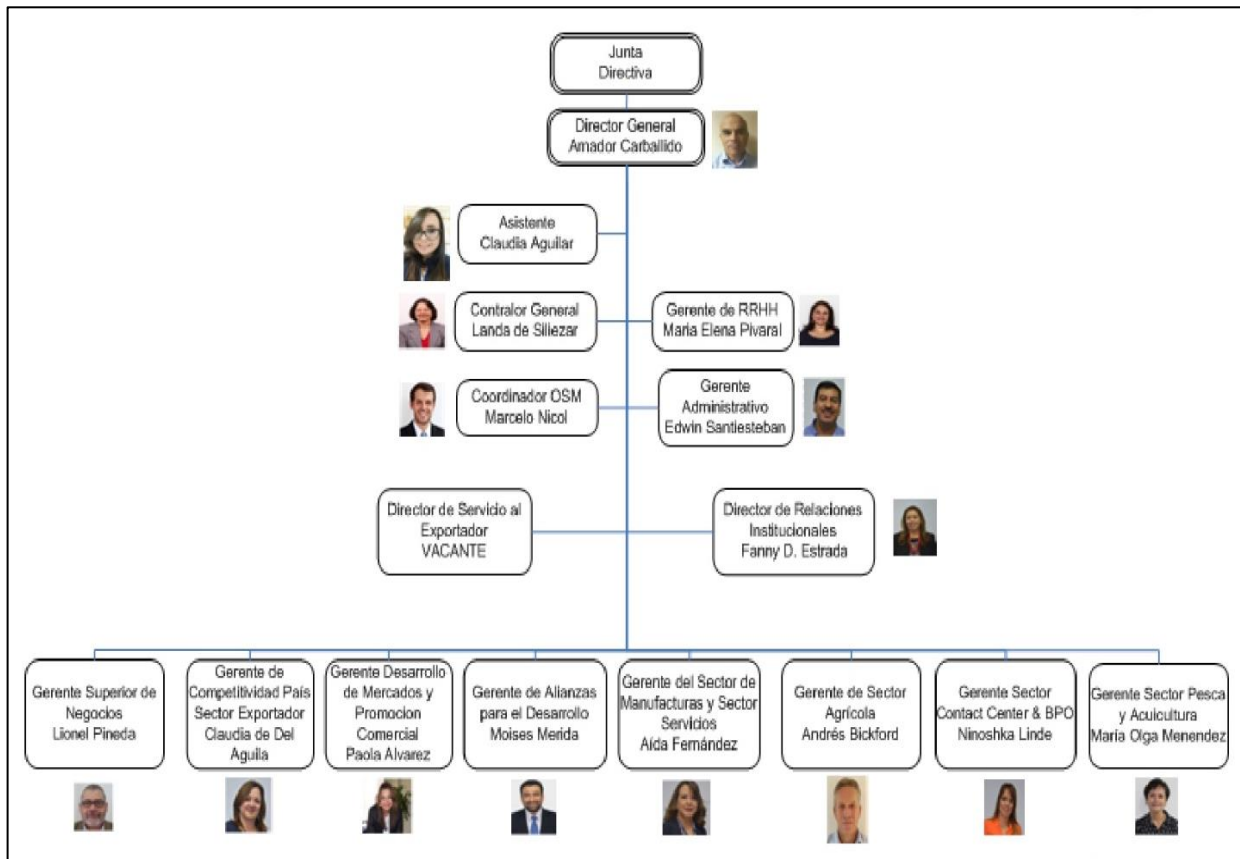
Fuente: AGEXPORT Hoy (2022)



1.7 Organigrama de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT

Figura 7.

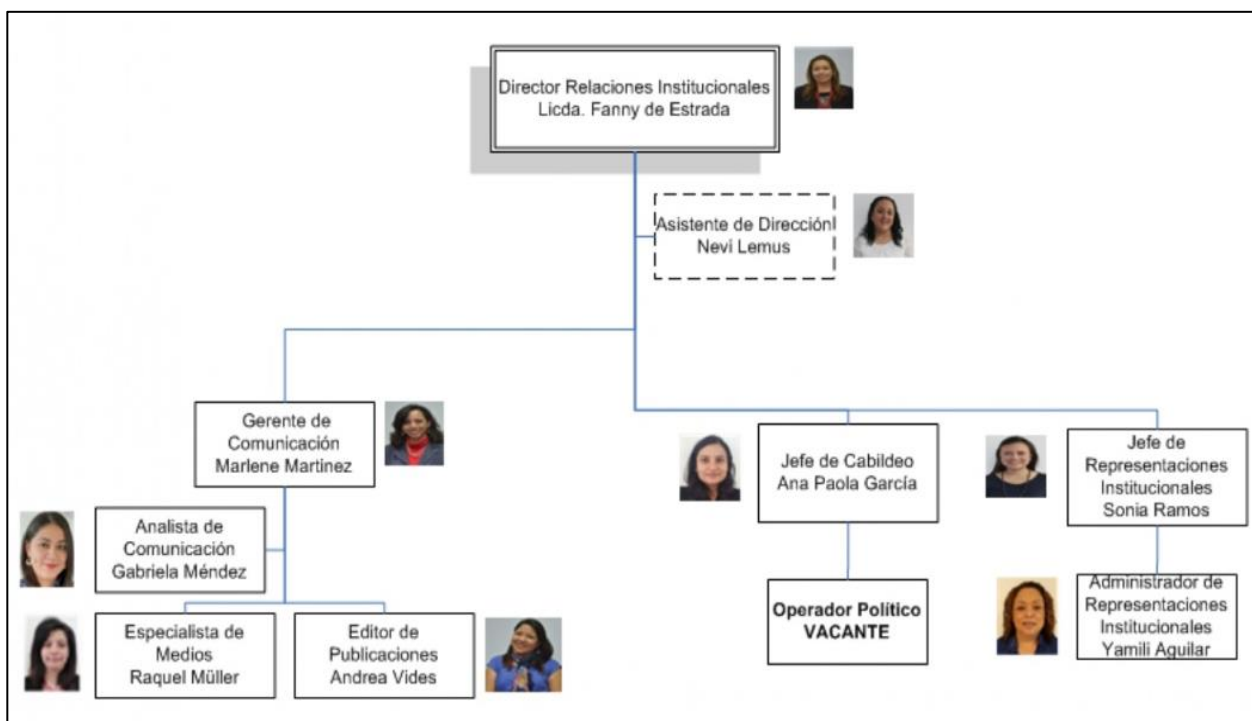
Organigrama general de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT



Fuente: comunicación personal (2022)

Figura 8.

Organigrama de la Dirección de Relaciones Institucionales / Gerencia de Comunicación



Fuente: comunicación personal (2022)

1.8 Misión

Somos una organización en permanente evolución, generadora de transformaciones, comprometida con el desarrollo económico y social de Guatemala de forma sostenible, poniendo el mundo en manos de exportadores e inversionistas en tiempo real.

Ofrecemos servicios innovadores con alto valor agregado, sustentados en la economía digital y en un sistema de gestión del conocimiento. Somos líderes y buscamos ser referente mundial en lo que hacemos. (AGEXPORT, 2022)

1.9 Visión

Hacer de Guatemala un país exportador. (AGEXPORT, 2022)



1.10 Objetivos institucionales

- a.) Promover el crecimiento sostenible de las exportaciones en Guatemala
- b.) Garantizar la satisfacción de los asociados generándoles oportunidades de negocio sostenibles a través de la representatividad y servicios prestados por AGEXPORT
- c.) Incrementar y desarrollar a nuevos asociados en la actividad exportadora de manera sostenible
- d.) Liderar el crecimiento sostenible del sector exportador a través de la representatividad sectorial y de planes sostenibles de exportación
- e.) Facilitar el comercio globalizado a través de sistemas electrónicos de ventanillas únicas de comercio y regímenes aduaneros especiales con eficiencia y desarrollo de nuevos servicios sostenibles e innovadores
- f.) Desarrollar el talento empresarial desarrollando competencias, liderazgo y conocimiento
- g.) Implementar planes de desarrollo para el crecimiento sostenible de las empresas asociadas a través de la ruta de la internacionalización o programas de acompañamiento
- h.) Promover la oferta exportable para el desarrollo sostenible de mercados y facilitación de negocios
- i.) Desarrollar la oferta exportable a través de encadenamientos empresariales sostenibles
- j.) Gestionar recursos de cooperación que apoyen el desarrollo sostenible sectorial e institucional
- k.) Promover proyectos sostenibles y un marco regulatorio que mejoren el clima de negocios y faciliten la competitividad del país en beneficio de los sectores
- l.) Impulsar y promover acciones ante tomadores de decisión, para que las propuestas de competitividad sean implementadas
- m.) Promover la conciencia exportadora en actores clave para garantizar el posicionamiento institucional y del sector exportador
- n.) Implementar soluciones tecnológicas, administrativas y de servicios que mejoren la efectividad de los colaboradores
- o.) Promover el alto desempeño y un clima organizacional que propicie una cultura de servicio
- p.) Implementar buenas prácticas de sostenibilidad que promuevan la mejora continua de la Institución
- q.) Gestionar eficientemente la administración financiera y fortalecer su sostenibilidad (AGEXPORT, 2021)



1.11 Público objetivo

Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.

1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación es el primer paso que debe darse para conocer a fondo los problemas de comunicación de una empresa, a través de la investigación utilizando diversas herramientas para indagar en la comunicación interna y externa de una institución.

El diagnóstico de comunicación debe comenzar con la reflexión y el estudio de la situación para que así pueda desarrollarse un plan de acción efectivo. “Los diagnósticos deben desarrollarse utilizando metodologías específicas que involucren la compilación y el análisis de datos para sacar conclusiones y recomendar cambios que mejoren la efectividad de los procesos organizacionales y sus herramientas.” (Oxfam, 2014, p. 4)

El diagnóstico de comunicación es un proceso investigativo estructurado destinado a determinar la naturaleza y el alcance de los problemas presentes en una práctica particular para corregirlos o mejorarlos. (Arteaga.y González, 2001, p. 87)

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Cómo se desarrolla el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT?

1.12.2 Objetivo general

Describir el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT.



1.12.3 Objetivos específicos

1. Evaluar la efectividad de los canales de distribución del Boletín AGEXPORT Hoy.
2. Analizar el posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy ante sus distintos públicos.

1.13 Metodología

1.13.1 Descripción del método

1.13.1.1 Método deductivo

Este método de razonamiento implica sacar conclusiones generales sobre explicaciones específicas. Éste comienza analizando hipótesis, teoremas, leyes, principios, etc. que han demostrado aplicabilidad y validez universal a soluciones y hechos. (Bernal, 2010, p. 59)

En este diagnóstico se utilizará el método deductivo que va de lo general a lo específico, para identificar a través de la investigación y recopilación de datos, las debilidades y amenazas que afectan al Boletín AGEXPORT Hoy, utilizando variedad de técnicas e instrumentos.

1.13.2 Tipo de investigación

Es el conjunto de características que distinguen una investigación de otra por su naturaleza, metodología y técnicas empleadas en la búsqueda de la verdad. Las más utilizadas son: investigación histórica. Investigación experimental e investigación descriptiva.

La investigación científica se define como cualquier actividad encaminada a la solución de un problema. Su objetivo es encontrar respuestas a preguntas utilizando el proceso científico. Es así como “la investigación es un conjunto de procesos metodológicos aplicados al estudio de problemas y fenómenos.” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)



1.13.2.1 Investigación Descriptiva

Como afirma Bernal et al. (2010) la investigación descriptiva es uno de los procedimientos más utilizados por los recién llegados al trabajo de investigación. Estos estudios presentan, informan o identifican hechos, circunstancias y características de interés.

Según Tamayo (2003, p. 4) señala que es la descripción, registro, análisis y explicación de las características y composición de los fenómenos. (...) La investigación descriptiva se basa en hechos y su característica básica es proporcionar explicaciones concretas.

La investigación descriptiva también se conoce como de diagnóstico. Este tipo de estudio es muy utilizado en el campo social y siempre trata de explicar el fenómeno a partir de sus principales características. En este trabajo se utiliza la investigación descriptiva, que lleva a la descripción de un fenómeno o situación para recopilar datos y obtener información confiable sobre el Boletín AGEXPORT Hoy.

1.13.3 Enfoque metodológico

Todo trabajo de investigación se basa en dos enfoques principales: el cuantitativo y el cualitativo, juntos forman el tercero: el enfoque mixto. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Inicialmente este diagnóstico utilizó un enfoque mixto, porque requería conocer la opinión del público sobre el Boletín AGEXPORT Hoy, por lo que se realizó una encuesta para conocerla, a partir de la cual se identificarían las áreas de mejora. Se envió a una base de datos de más de 6.000 suscriptores, pero recibió solo 15 respuestas, generando esto un cambio de metodología y uso del enfoque cualitativo a través de la observación, análisis de contenido, entrevista y documentación.

1.13.3.1 Cualitativo

Este enfoque interpreta fenómenos y datos informativos, es decir, describe los diferentes hechos que se están investigando. El enfoque cualitativo también se basa en importantes temas de investigación. Sin embargo, en lugar de aclarar las preguntas e hipótesis de investigación antes de



la recopilación y el análisis de datos, éstas se pueden formular antes, durante o después de la selección y el estudio de los datos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

El enfoque cualitativo es más flexible, en lugar de aplicarse una estructura rígida seguida de pasos, recolecta información usando métodos de observación directa, entrevista y análisis de contenido. Conlleva observar y analizar el objeto de estudio que en este caso es el Boletín AGEXPORT Hoy.

1.13.4 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas de investigación son las herramientas que se utilizan para buscar información acerca de temas de interés. Entre ellas se encuentra la observación, la documentación, la entrevista, el análisis de contenido, la encuesta, etc.

En la investigación científica actual, existen muchas técnicas o herramientas para recopilar información como parte de la exploración de campo. Las técnicas se utilizan según el método y el tipo de investigación que se lleve a cabo. (Bernal, 2010, p. 196)

Para seleccionar adecuadamente las técnicas y herramientas, los investigadores necesitan establecer fuentes. Estas pueden ser primarias o secundarias. Si son primarias, las herramientas seleccionadas pueden ser cuestionarios, guías para entrevistas o fichas de observación; en las secundarias, se puede optar por fuentes bibliográficas o registros de contenido, también pueden combinarse ambas fuentes. (Arias, 2020, p. 9)

La investigación descriptiva se basa en gran medida en técnicas como encuestas, entrevistas, observaciones y revisiones de literatura. (Bernal et al., 2010, p. 113)

1.13.4.1 Observación

Es de las técnicas más comunes en la investigación. Comenta Tamayo (2003, p. 82) la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos.



“Hay diferentes tipos de observaciones, dependiendo de qué tan involucrado esté el científico en ellas. Entonces, las hay simples: no controladas, participativas y no participativas. La mayoría proviene de la observación no controlada, con o sin nuestra participación.” (Baena, 2014, p. 70)

1.13.4.2 Documentación

Esta técnica consiste en la identificación, recopilación y análisis de documentos relacionados con el tema de estudio. Es una parte muy importante del proceso investigativo, ya que se registra la información obtenida de diferentes documentos que estén al alcance del investigador y sirvan para describir de alguna forma el objeto de estudio.

La información puede provenir de cualquier dispositivo que contenga datos: gráficos, impresos, auditivos, visuales, electrónicos y digitales.

“El primer paso de un investigador es recopilar información en bibliotecas, registros, informes experimentales o artículos de campo relevantes para el tema de su investigación, desde dos perspectivas: la general y la particular.” (Baena, 2014, p. 69)

1.13.4.3 Entrevista

Es una técnica de recolección de datos cualitativa en la que se prepara un guion o cuestionario para interactuar con el entrevistado y así obtener la mayor cantidad de información.

Bernal et al. (2010, p. 260) señala que la entrevista es una técnica de recolección de información a través de un proceso de comunicación directa entre un entrevistador y un entrevistado, en el cual el entrevistado responde preguntas prediseñadas de acuerdo con aspectos que el entrevistador desea investigar.

1.13.4.4 Análisis de contenido

Es definido por Lemus (2000) “como la descripción objetiva y sistemática del material que se obtiene por medio de la comunicación verbal o escrita. Su finalidad es la de permitir que el material



procedente de diversas fuentes pueda ser analizado e interpretado” (p. 35). Para Baena (2014) el análisis de contenido estudia el contenido manifiesto de los mensajes que se transmiten a través de elementos gráficos, impresos o digitales.

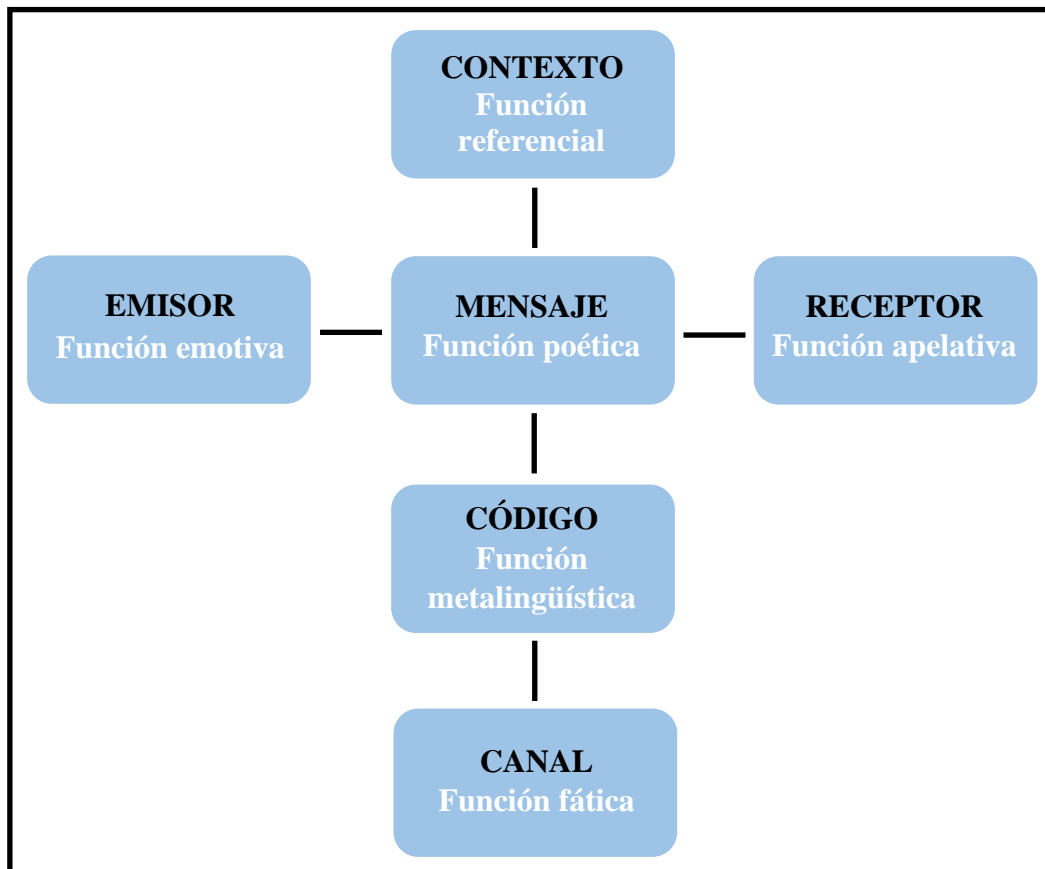
El análisis de contenido se puede considerar como una forma específica de análisis de documentos. En esta técnica, no es el estilo del texto lo que se analiza, sino el intento de cuantificar el significado de las ideas, palabras, temas o frases expresadas en el texto (López, 2002).

Para el siguiente análisis del Boletín AGEXPORT Hoy se utilizarán las funciones del lenguaje de Jakobson que son una perspectiva completa de la manera en que el lenguaje se produce y se entiende.

La manera en la que el lenguaje es realizado condiciona la funcionalidad que este va a tener al ser transmitido por lo cual se necesita comprender primero los componentes del lenguaje para continuar con sus funciones.

Jakobson (1985) menciona seis factores en el proceso comunicativo: el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, el código y el referente. Además, asigna una función a cada elemento del proceso comunicativo, éstas son: función emotiva, función apelativa, función poética, función fática, función metalingüística y función referencial.

Figura 9.
Factores y funciones del proceso comunicativo del modelo de Jakobson



Fuente: elaboración propia

1.13.4.4.1 Función expresiva o emotiva

Esta es la que se concentra en el emisor. El mensaje y la información pasa a un segundo plano, se enfatizan las reacciones y las emociones del hablante con respecto a lo que dice al receptor.

1.13.4.4.2 Función apelativa o conativa

Esta es la que se concentra en el receptor. El emisor busca influir sobre el comportamiento del oyente, ocasionar una respuesta, está presente una vez que llamamos a alguien, preguntamos, ordenamos, prohibimos o proveemos un consejo.



1.13.4.4.3 Función poética

Esta llama la atención sobre el mensaje con un objetivo estético. Es propia de la literatura, más que nada de la poesía.

1.13.4.4.4 Función fática

Esta es la que se concentra en el canal. Una vez que poseen esta funcionalidad, los mensajes buscan implantar, alargar o cerrar un canal de comunicación entre el emisor y el receptor. También se centra en conservar o afirmar que el canal por el cual la comunicación se desarrolla esté en funcionamiento. Además, se puede utilizar para alargar, pausar o concluir la comunicación.

1.13.4.4.5 Función metalingüística

Esta se centra en el código y hace referencia al uso del lenguaje para explicarse a él mismo, o sea, para describir el código de la lengua. Esta función del lenguaje se utiliza muchas veces, tanto a nivel oral como escrito, una vez que se pretende describir el código de la lengua, su forma y su manejo.

1.13.4.4.6 Función referencial

Esta es la que se concentra en el entorno o lo relacionado al contexto. Es aquella donde el emisor prepara mensajes conectados con su ámbito o con objetos externos al acto comunicativo. Esta función es característica de los entornos informativos o de los discursos científicos o divulgativos.

1.13.5 Interpretación de los resultados

1.13.5.1 Observación

La observación de la institución fue realizada a través de una guía proporcionada por la asesora de EPS de licenciatura, Lcda. Brenda Chacón. Las fuentes para observar fueron la página web de AGEXPORT, los portales de las revistas Guatemala *Beyond Expectations* y *DataExport*; el portal del periódico digital AGEXPORT HOY y el Boletín AGEXPORT Hoy. Además de las reuniones y comités de medios con los integrantes de la gerencia de comunicación.



Al utilizar la técnica de la observación en los portales de los medios de comunicación de Asociación Guatemalteca de Exportadores, se pudo ver que su temática principal son las noticias del sector exportador, principalmente de AGEXPORT, sus diferentes sectores y comisiones.

Se pudo observar en los portales AGEXPORT HOY y *DataExport* que cuentan con información institucional, mencionan su historia, su público objetivo, la misión de la institución, dejando ver su comunicación institucional, lo anterior plasmado en la siguiente bitácora.

Tabla 3.

Bitácora de observación

Bitácora de Observación	
Las fuentes para observar fueron la página web de AGEXPORT, el portal del periódico digital AGEXPORT HOY y el portal de la revista digital <i>DataExport</i> . En estos sitios está plasmada toda la información institucional de AGEXPORT, como misión, visión, valores, sectores de exportación, entre otros. También se observó el Boletín AGEXPORT Hoy, la frecuencia de su publicación y el canal por el cual se distribuye.	
18 de febrero	Observación de los portales de Asociación de Exportadores de Guatemala AGEXPORT
	Reunión de todos los miembros de la gerencia de comunicación con los estudiantes asignados a esta institución. En la cual se presentaron todos y hablaron de las principales funciones del departamento y de sus medios de comunicación externa. La gerente de comunicación escuchó las fortalezas en comunicación de los estudiantes y a continuación cada integrante del equipo se presentó y describió sus funciones, medios y proyectos a cargo.
	Las encargadas de los medios de comunicación <i>DataExport</i> y AGEXPORT HOY, hablaron de sus principales funciones en estos medios y cómo funcionan a través de sus productos.
24 de febrero	Reunión con la Lcda. Gabriela Méndez, Analista de comunicación, en la cual explica sus atribuciones y contribuciones con los medios de comunicación externa de AGEXPORT.



28 de febrero	Comité de medios
	Reunión con la Lcda. Raquel Müller, Especialista de medios, en la cual se habló acerca del proyecto a realizar con el Boletín AGEXPORT Hoy.
	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy
02 de marzo	Recorrido guiado por las instalaciones de AGEXPORT, en el cual nos llevaron a conocer todos los niveles con los que cuenta el nuevo edificio donde ahora se ubican. Nos dieron un recorrido por todas las gerencias de la institución y nos explicaron los procesos que allí se realizan.
	Al final del recorrido nos reunimos con las cuatro integrantes de la gerencia de comunicación. En dicha reunión se nos informó de los principales procesos que realizan, se nos proporcionaron enlaces para obtener información y nos hablaron de los medios de comunicación externa de AGEXPORT.
	La gerente de comunicación Lcda. Marlene Martínez nos explicó los proyectos a trabajar y proporcionó información para completar la guía de observación.
7 de marzo	Comité de medios
9 de marzo	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy, edición Comité de Mujeres Exportadoras
14 de marzo	Comité de medios
18 de marzo	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria
22 de marzo	Comité de medios
24 de marzo	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy, edición especial
31 de marzo	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy, edición opinión-Pluma AGEXPORT
22 de junio	Observación del Boletín AGEXPORT Hoy, edición Top 5

Fuente: elaboración propia



En el Boletín AGEXPORT Hoy se pudieron identificar sus diferentes emisiones con el apoyo de una ficha de observación y se reconocieron los datos relevantes siguientes: boletín diario se publica 3 veces por semana los lunes, miércoles y viernes, este cuenta con las notas más relevantes ocurridas en la semana, incluye noticias del periódico AGEXPORT Hoy y una de *DataExport*, además de un monitoreo diario de las notas donde se menciona a AGEXPORT. Ver anexo No. 5.

Tabla 4.

Guía de observación No. 1

Guía de observación No. 1 Elaborada por: Angélica María Rivas Asesora: Lcda. Brenda Chacón EPS de Licenciatura – 2022	
Nombre de la institución:	Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT
Objeto de observación:	Boletín AGEXPORT Hoy Edición diaria
Fecha de emisión:	18-marzo-2022
Logotipo:	Usa el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy
Lema:	No tiene
Colores:	Predomina el azul y los grises, también usa el color rojo para hacer un llamado a la acción
Tipo de contenido:	Informativo
Tema:	Noticias relacionadas con el sector exportador publicadas en AGEXPORT Hoy y una nota de la revista <i>DataExport</i>
Monitoreo de medios:	Si
Imágenes:	Fotografías relacionadas con las diferentes notas informativas del sector exportador de AGEXPORT
Anuncios:	Si
Frecuencia de publicación:	3 veces por semana (lunes, miércoles y viernes)
Canal de distribución:	Correo electrónico
Promoción en redes sociales:	Solo se observaron las publicaciones de los enlaces para ver las notas del Boletín AGEXPORT Hoy
Información de contacto	Si

Fuente: elaboración propia



El boletín especial sale los miércoles cada 15 días, este lleva una nota de investigación, comunicados o visitas institucionales, incluye una noticia de *DataExport*, y una nota de opinión. Ver anexo No. 6.

Tabla 5.

Guía de observación No. 2

Guía de observación No. 2 Elaborada por: Angélica María Rivas Asesora: Lcda. Brenda Chacón EPS de Licenciatura – 2022	
Nombre de la institución:	Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT
Objeto de observación:	Boletín AGEXPORT Hoy Edición especial
Fecha de emisión:	23-marzo-2022
Logotipo:	Usa el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy
Lema:	Lo que no podía faltar
Colores:	Predomina el azul y los grises, también usa el color rojo para hacer un llamado a la acción
Tipo de contenido:	Informativo
Tema:	Noticias relacionadas con el sector exportador publicadas en AGEXPORT Hoy, notas de investigación, comunicados o visitas institucionales, incluye una noticia de <i>DataExport</i> , y una nota de opinión
Monitoreo de medios:	Si
Imágenes:	Fotografías relacionadas con las diferentes notas informativas y de opinión del sector exportador de AGEXPORT
Anuncios:	Si
Frecuencia de publicación:	Miércoles, cada 15 días
Canal de distribución:	Correo electrónico
Promoción en redes sociales:	Solo se observaron las publicaciones de los enlaces para ver las notas del Boletín AGEXPORT Hoy
Información de contacto	Si

Fuente: elaboración propia



Boletín TOP 5 sale 1 vez al mes los martes con noticias más resumidas, las que tuvieron mayor lectura o relevancia en AGEXPORT Hoy. Ver anexo No. 7.

Tabla 6.

Guía de observación No. 3

Guía de observación No. 3 Elaborada por: Angélica María Rivas Asesora: Lcda. Brenda Chacón EPS de Licenciatura – 2022	
Nombre de la institución:	Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT
Objeto de observación:	Boletín AGEXPORT Hoy Edición Top 5
Fecha de emisión:	21-junio-2022
Logotipo:	Usa el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy y el de Guatemala <i>Beyond Expectations</i>
Lema:	Las noticias más relevantes del sector exportador
Colores:	Predomina el color negro y en segundo plano el rojo, con el texto en blanco sobre fondo negro.
Tipo de contenido:	Informativo
Tema:	5 noticias más relevantes del sector exportador, publicadas durante el mes
Monitoreo de medios:	No
Imágenes:	Logotipos de redes sociales
Anuncios:	No
Frecuencia de publicación:	Martes, una vez al mes
Canal de distribución:	Correo electrónico
Promoción en redes sociales:	Solo se observaron las publicaciones de los enlaces para ver las notas del Boletín AGEXPORT Hoy
Información de contacto	Si

Fuente: elaboración propia



También está el boletín de opinión, se envía el último jueves de cada mes, en este participan los coordinadores y socios de los diferentes sectores y comisiones de AGEXPORT, ellos deciden con que temas desean participar. Ver anexo No. 8.

Tabla 7.

Guía de observación No. 4

Guía de observación No. 4 Elaborada por: Angélica María Rivas Asesora: Lcda. Brenda Chacón EPS de Licenciatura – 2022	
Nombre de la institución:	Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT
Objeto de observación:	Boletín AGEXPORT Hoy Edición de Opinión Plumas AGEXPORT
Fecha de emisión:	31-marzo-2022
Logotipo:	Usa el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy
Lema:	Conozca la opinión AGEXPORT, de voz de los actores de la exportación
Colores:	Predomina el azul y los grises, también usa el color rojo para hacer un llamado a la acción
Tipo de contenido:	Informativo
Tema:	Columnas de opinión con temas institucionales
Monitoreo de medios:	No tiene
Imágenes:	Fotografías de los columnistas
Anuncios:	No tiene
Frecuencia de publicación:	El último jueves de cada mes
Canal de distribución:	Correo electrónico
Promoción en redes sociales:	Solo se observaron las publicaciones de los enlaces para ver las notas del Boletín AGEXPORT Hoy
Información de contacto	Si

Fuente: elaboración propia



Igualmente, el boletín especial del Comité de Mujeres Exportadoras se envía dos veces al año, el primero en marzo y este año el segundo se envió en septiembre, en él se plasman noticias relacionadas con la participación de las mujeres exportadora dentro de la Asociación Guatemalteca de Exportadores. Ver anexo No. 9.

Tabla 8.
Guía de observación No. 5

Guía de observación No. 5 Elaborada por: Angélica María Rivas Asesora: Lcda. Brenda Chacón EPS de Licenciatura – 2022	
Nombre de la institución:	Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT
Objeto de observación:	Boletín AGEXPORT Hoy Edición Comité de Mujeres Exportadoras
Fecha de emisión:	08-marzo-2022
Logotipo:	Usa el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy, el de Guatemala <i>Beyond Expectations</i> y el del Comité de Mujeres Exportadoras
Lema:	Mujeres en la Exportación
Colores:	Se utiliza en su mayoría el color cian y el morado
Tipo de contenido:	Informativo
Tema:	Noticias exclusivas, relacionadas con el éxito de las mujeres en la exportación
Monitoreo de medios:	Si
Imágenes:	Fotografías de mujeres exportadoras relacionadas con las notas publicadas
Anuncios:	Si
Frecuencia de publicación:	2 veces al año en marzo y septiembre
Canal de distribución:	Correo electrónico
Promoción en redes sociales:	Solo se observaron las publicaciones de los enlaces para ver las notas del Boletín AGEXPORT Hoy
Información de contacto	Si

Fuente: elaboración propia



No se logró observar el Boletín AGEXPORT News, pero se obtuvo la siguiente información: es para aliados estratégicos que hablan inglés, se incluyen 3 noticias importantes del mes y una nota relevante, también los comunicados de los sectores, todo lo anterior traducido al idioma inglés.

El punto en común que se observó en todas las ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy es que carece de un logotipo que lo identifique como tal. Además de que el canal de distribución es únicamente por correo electrónico y a través de los enlaces que publican en las redes sociales de AGEXPORT.

1.13.5.2 Documentación

En la documentación se contempló el Manual de Inducción, en el cual se encuentra toda la información institucional de AGEXPORT. También el código de ética en el que están plasmados los valores de la empresa. Además, se documentó la Memoria de Labores 2021, en la cual se mencionan todos los logros alcanzados por la División de Relaciones Institucionales y Comunicación.

Adicional a los documentos mencionados anteriormente también se consultaron los siguientes:

- a.) Estrategia AGEXPORT 2021, Alcanzando objetivos peldaño a peldaño
- b.) Planificaciones de trabajo 2022 (División de Relaciones Institucionales y Comunicación)
- c.) Informe Final de Ejercicio Profesional de Práctica Supervisada de Licenciatura de Karen Tot *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna para el Periódico digital AGEXPORT Hoy de AGEXPORT.*

Revisar la memoria de labores 2021 permitió conocer que el año pasado 287 mil 589 usuarios visitaron el portal AGEXPORT Hoy, esto significó un crecimiento del 33% versus el año anterior. Adicional, se registraron 5476 mil 824 páginas vistas. Este resultado incidió en el crecimiento del uso de las redes sociales de los cibernautas a nivel nacional e internacional. Se tuvo un promedio de 787 visitas diarias, la duración por cada visita que han realizado los lectores es de 0.58 minutos.



Se registraron visitas de 144 países, en el top 10 de países que visitaron el portal AGEXPORT Hoy, se ubican 7 países latinoamericanos y España. El primer lugar lo ocupa Guatemala, seguido de Estados Unidos. En el portal se publicaron 570 notas de los 6 sectores de exportación de AGEXPORT.

Hubo innovaciones tales como la implementación de galería de fotos de eventos, el envío de alertas de último minuto a los lectores con el fin de fomentar la suscripción de estas a notas de interés coyuntural del sector exportador.

Al cierre del 2021, la lista fue de 6,244 suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy con un porcentaje de aperturas entre el 30% y 40% y entre 4% de clics únicos a las noticias del sector exportador. (AGEXPORT Guatemala, 2022)

Se complementó este diagnóstico con los antecedentes de las diferentes investigaciones que han realizado alumnos de EPS de licenciatura de años anteriores para plantear soluciones a los diferentes eventos que se han presentado en la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.

1.13.5.3 Entrevista

En la entrevista realizada a la encargada del periódico digital AGEXPORT Hoy, la Lcda. Raquel Müller, se utilizó como herramienta un cuestionario de 21 preguntas; se estableció que éste cuenta con valiosos productos para difundir las noticias del sector exportador, estos son el Boletín AGEXPORT Hoy y las alarmas de último minuto.

El Boletín AGEXPORT Hoy es una recopilación de las noticias diarias del sector exportador guatemalteco, llega a más de 6000 suscriptores a través de correo electrónico en sus diferentes emisiones.



A través de la siguiente entrevista se pudieron establecer las principales oportunidades y fortalezas del Boletín AGEXPORT Hoy: es único en su área, ya que está completamente dirigido a informar sobre el sector exportador, principalmente guatemalteco.

Además, que se encuentran artículos de cada uno de los sectores de exportación: *Contact Center & BPO*, Acuicultura y Pesca, Servicios, Manufacturas y Vestuario y Textiles; también columnas de opinión de la voz de los expertos en temas económicos y de exportación.

Es importante mencionar que la Lcda. Müller proporcionó información relevante en cuanto a qué es el Boletín AGEXPORT Hoy, así como su canal de distribución y la frecuencia con que se publican sus diferentes ediciones.

Tabla 9.
Respuestas de cuestionario de entrevista

Institución: Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT	
Entrevista a: Raquel Müller	
Puesto: Especialista de Comunicación y Medios	
Fecha: 11 de marzo de 2022	
Pregunta #1	¿Qué medios de comunicación externa tiene AGEXPORT?
Respuesta	El periódico digital AGEXPORT Hoy, la revista digital e impresa <i>DataExport</i> y la revista Guatemala <i>Beyond Expectations</i> .
Pregunta #2	¿Cuáles están a su cargo?
Respuesta	El periódico digital AGEXPORT Hoy y el Boletín AGEXPORT Hoy.
Pregunta #3	¿Qué es AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Es un periódico digital en el cual se publican noticias del sector exportador guatemalteco.
Pregunta #4	¿Cómo miden el alcance de AGEXPORT Hoy?
Respuesta	A través de la herramienta <i>Google Analytics</i> se hace un informe mensual y se miden los lectores, las visitas, los usuarios, el tiempo de estadía en el portal, la edad de los lectores, de qué países visitan y los temas más leídos en el mes.



	También, a través de un informe mensual que presenta el <i>Community Manager</i> sobre los temas que tuvieron más alcance en las redes sociales o las palabras claves que se buscaron.
Pregunta #5	¿Qué herramientas de comunicación externa posee el periódico digital AGEXPORT Hoy?
Respuesta	El Boletín AGEXPORT Hoy y también usamos las alertas de noticias de última hora que es una campanita que encuentras del lado izquierdo de la pantalla en el portal. Publicamos todos los días en redes de AGEXPORT.
Pregunta #6	¿Qué es el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Es la recopilación de las noticias más importantes del sector exportador principalmente del ámbito nacional.
Pregunta #7	¿Qué son las alertas de última hora?
Respuesta	Al suscribirse al portal de AGEXPORT HOY, recibe una notificación cuando el periódico publica noticias de última hora.
Pregunta #8	¿Cuál es su público objetivo?
Respuesta	Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes, entre 24 y 50 años, interesados sobre las noticias más importantes del sector exportador.
Pregunta #9	¿Cómo surgió el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Surgió a raíz de mantener informado a los lectores del portal AGEXPORT Hoy y fuera una mancuerna también para unir las noticias tanto de AGEXPORT Hoy como de <i>DataExport</i> .
Pregunta #10	¿Cuántas personas están encargadas de realizar el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	1 persona
Pregunta #11	¿Cuál es la frecuencia con que se publica el Boletín electrónico AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Hay diferentes ediciones, la versión del boletín diario se publica lunes, miércoles y viernes.
Pregunta #12	¿Qué contenidos se publican en el Boletín electrónico AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Noticias del sector exportador de Guatemala principalmente.
Pregunta #13	¿Cuántos suscriptores tiene el Boletín AGEXPORT Hoy?



Respuesta	Más de 6,000 suscriptores
Pregunta #14	¿Cómo se distribuye el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	A través de correo electrónico.
Pregunta #15	¿Qué oportunidades cree que tenga el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Las oportunidades que tiene es que es único en su área, ya que está completamente dirigido a informar sobre el sector exportador principalmente guatemalteco. Además, que se encuentran artículos de cada uno de los sectores de exportación: <i>Contact Center & BPO</i> , Acuicultura y Pesca, Servicios, Manufacturas y Vestuario y Textiles; también columnas de opinión de la voz de los expertos en temas económicos y de exportación.
Pregunta #16	¿Qué fortalezas cree que tenga el Boletín electrónico AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Tiene un gran alcance para aliados tantos nacionales como internacionales, profesionales y concedores del sector exportador.
Pregunta #17	¿Qué amenazas cree que tenga el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Más que amenazas son oportunidades en que debe mantenerse al día y actualizada su plataforma digital con información novedosa del sector exportador, innovar en utilizar insumos como infografías y videos, que ya se realizan, pero se podría tener un flujo más constante.
Pregunta #18	¿Qué debilidades cree que tenga el Boletín electrónico AGEXPORT Hoy?
Respuesta	Más que debilidades tiene oportunidades como alcanzar a más lectores que tengan el interés de conocer más sobre el sector exportador y también que cada día hay que mantener temas novedosos que gusten al lector para no perder su suscripción.
Pregunta #19	¿Cómo promocionan el periódico digital AGEXPORT Hoy?
Respuesta	A través del Boletín AGEXPORT Hoy y se publican notas del periódico digital en las redes sociales institucionales. También se hicieron campañas de publicidad con anterioridad.
Pregunta #20	¿Cómo promocionan el Boletín AGEXPORT Hoy?
Respuesta	A través de redes sociales de AGEXPORT.

Fuente: elaboración propia



1.13.5.4 Análisis de contenido

A continuación, se muestra la tabla No. 10 en la cual se describen las funciones de la comunicación del modelo de Jakobson, aplicadas al Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria. Para observarlo se puede ver anexo No. 5.

Tabla 10.

Análisis del Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria

Función emotiva	No se observaron expresiones emotivas, el emisor transmite contenido informativo.
Función apelativa	Hace un llamado a la acción a través de anuncios e invita a leer la información de los diferentes sectores de exportación de AGEXPORT plasmada a través de notas periodísticas.
Función poética	Se observó en los titulares de las notas informativas del Boletín AGEXPORT Hoy el lenguaje escrito, redactado para llamar la atención del lector y que éste lea su contenido.
Función fática	Utiliza el <i>mailing list</i> a través de una extensa base de datos y envía un titular en el asunto del correo para fomentar la lectura de éste.
Función metalingüística	El código que se utiliza es el idioma español, tanto emisor como receptor lo comparten. Así también se habla de exportación que es una forma de código ya que solo lo entienden personas en el mismo gremio.
Función referencial	El tema principal del Boletín AGEXPORT Hoy son las exportaciones guatemaltecas, por lo que está dirigido a personas interesadas en este contexto.

Fuente: elaboración propia



Esta edición del Boletín AGEXPORT Hoy menciona los logros de la mujer exportadora y fue enviado el 8 de marzo, día internacional de la mujer, una fecha acorde para realzar los logros de las guatemaltecas. Para observarlo se puede ver anexo No. 9.

Tabla 11.

Análisis del Boletín AGEXPORT Hoy, edición Comité de Mujeres Exportadoras

Función emotiva	El emisor utilizó esta función para transmitir contenido informativo emocional y realzar a las mujeres exportadoras en su día.
Función apelativa	Hace un llamado a la acción a través de anuncios que invitan a conocer otros productos de la institución y exhorta a leer la información de las notas periodísticas exclusivas de las mujeres exportadoras.
Función poética	Se utilizó el lenguaje escrito, redactado para sacar provecho de los sentimientos y así llamar la atención del lector y que éste conozca su contenido.
Función fáctica	Utiliza el correo electrónico y se envía a través de una extensa base de datos, con un titular en el asunto del correo para fomentar la lectura de éste.
Función metalingüística	El código que se utiliza es el idioma español, tanto emisor como receptor lo comparten. Así también se habla de exportación que es una forma de código ya que solo lo entienden personas en el mismo gremio.
Función referencial	El tema principal de esta edición del Boletín AGEXPORT Hoy es el éxito de las mujeres en las exportaciones por lo que está dirigido a empresarias, emprendedoras y todo lo relacionado al 8 de marzo.

Fuente: elaboración propia



El análisis de contenido es una técnica de investigación que intenta descubrir el significado de los mensajes, ya sea un discurso, una publicación, libros de texto, un boletín electrónico, etc. con el fin de interpretarlas.

En las tablas No. 10 y No. 11 se pudieron analizar dos ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy, utilizando las funciones de la comunicación de Jakobson, dejando notar en ambas las que tienen en común. Las ediciones anteriores aplican en el mismo sentido las funciones apelativa, fática y metalingüística y varían un poco en cuanto a la referencial y la emotiva.

Con base en una muestra no significativa de la encuesta enviada a la base de datos del Boletín AGEXPORT Hoy, se pudo establecer lo siguiente:

- Lo que más les gusta a los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy es su contenido, seguido de su distribución, dejando en último lugar su imagen visual.
- De esa misma muestra algunos suscriptores dijeron creer que el Boletín AGEXPORT Hoy es lo mismo que el periódico digital AGEXPORT Hoy, por lo que es necesario hacer una diferencia entre ambos o identificar más a detalle el primero.

1.14 FODA comunicacional

Un análisis FODA implica una evaluación de factores fuertes y débiles, es decir, oportunidades y amenazas, para diagnosticar conjuntamente la situación interna y externa de una organización. (Ponce, 2022)

Para Gómez Escobar (2004, p. 1) el análisis FODA o SWOT (por las siglas en inglés) es una técnica de planificación estratégica para crear o perfeccionar estrategias comerciales, de marketing y comunicacionales.



Permite pintar un retrato del estado actual de una empresa u organización. Se podrá hacer un diagnóstico certero, permitiendo tomar mejores decisiones con respecto a los objetivos y políticas que desarrolla la institución.

Con base en lo observado y documentado se realiza la siguiente tabla, en la cual se muestran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Boletín AGEXPORT Hoy de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.

Tabla 12.
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Amplia base de datos• Información actualizada del sector exportador• El Boletín AGEXPORT Hoy genera relevancia para la institución, al posicionarla en primer lugar en los motores de búsqueda de Google.• El Boletín AGEXPORT Hoy genera visitas de varios lugares del mundo al portal del periódico AGEXPORT HOY y a la Revista <i>DataExport</i>.• La base de datos del Boletín AGEXPORT Hoy cuenta con medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none">• Ampliar suscriptores• Generar tráfico a la página institucional de la Asociación de Exportadores de Guatemala, así como al portal del periódico digital AGEXPORT Hoy y la Revista <i>DataExport</i>.• Más alcance a nivel nacional e internacional.• Fortalecer lazos institucionales con otras organizaciones.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• El departamento de diseño de AGEXPORT tiene que cubrir las necesidades de toda la institución, no solamente las del departamento de comunicación.	<ul style="list-style-type: none">• Baja permanencia de lectura• Conflictos internacionales• Falta de interés• Cambio de tendencias de la comunicación.



<ul style="list-style-type: none">• Solo hay una persona encargada del periódico digital AGEXPORT Hoy y de su producto el Boletín AGEXPORT Hoy.• No todos los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy visitan el portal del periódico AGEXPORT HOY.• No todos los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy abren el correo donde se envía.• El botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy es poco visible.• No hay promoción del Boletín AGEXPORT Hoy en redes sociales.• Algunos suscriptores piensan que el Boletín electrónico es lo mismo que el periódico AGEXPORT Hoy.• A Algunos suscriptores no les gusta la distribución gráfica del Boletín AGEXPORT Hoy.• El Boletín AGEXPORT Hoy no está posicionado como tal.• Falta de identificación del Boletín AGEXPORT Hoy, desde el momento en que se envía por correo electrónico y no se incluye la palabra Boletín en el asunto.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de uso de tecnología por parte de los suscriptores.• Falta de otros canales para distribuir el Boletín AGEXPORT Hoy.
---	---

Fuente: elaboración propia



1.15 Problemas detectados

Con base en las herramientas utilizadas para esta investigación se pudieron detectar las debilidades siguientes:

- El Boletín AGEXPORT Hoy carece de un nombre y logotipo propio que lo identifique, esto causa cierta confusión en algunos usuarios y podría ocasionar que no se posicione como principal fuente de información del sector exportador guatemalteco.
- Promoción limitada del Boletín AGEXPORT Hoy en redes sociales *Facebook* e *Instagram*.
- Al visitar el portal AGEXPORT Hoy se observó que el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy es poco visible.
- Al visualizar las diferentes ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy también se observa que en el asunto del correo en el cual se envía, no se identifica, solo se agrega el titular de alguna de las noticias que va dentro del mismo.
- Basada en una muestra no considerable, se expresa que a algunos usuarios del Boletín AGEXPORT Hoy no les parece atractiva la distribución gráfica de sus contenidos.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

Con base en la información obtenida se puede establecer que es necesario reforzar la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy a través de cambios sustanciales en su estructura, diseño e identidad, para que éste logre un mejor posicionamiento. Además, facilitar los medios para lograr la suscripción y se pueda así aumentar la base de datos que ya es considerable pero siempre se puede mejorar.



Lo anterior nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Cómo afianzar la identidad, imagen y posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy, de una manera atractiva que capte la atención del público que visita las redes sociales de AGEXPORT?

Respuesta: Realizar una estrategia de comunicación externa para fortalecer la identidad visual y distribución del Boletín AGEXPORT Hoy de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.

1.17 Indicadores de éxito

- La Asociación de Exportadores de Guatemala-AGEXPORT cuenta con personal calificado y canales de comunicación como las redes sociales *Facebook e Instagram*, para promover el Boletín AGEXPORT Hoy.
- La institución posee un departamento de diseño, el cual puede realizar piezas de comunicación para promover y reforzar el posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy.
- También cuenta con el departamento de mercadeo y servicio al cliente que se encarga entre otras cosas del área de diseño y de dar soporte a las redes sociales para así mantener actualizados los contenidos referentes a la institución Asociación de Exportadores de Guatemala-AGEXPORT.
- La gerencia de comunicación apoyará todos los procesos que beneficien a la organización.
- Angélica María Rivas, estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022.



1.18 Límites y alcances de la investigación

1.18.1 Límites

- Uno de los limitantes para esta investigación fue no realizar de forma presencial el EPS de licenciatura dentro de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, debido a la coyuntura nacional del COVID 19, esto hizo que los procesos fueran un poco lentos.
- Además de la falta de interés de los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy para contestar una encuesta, con ella se pretendía conocer la percepción del público acerca del Boletín AGEXPORT Hoy.

1.18.2 Alcances

- Este estudio está enfocado y delimitado en la descripción y análisis del proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy, así como su posicionamiento frente a sus diferentes públicos.



1.19 Cronograma del diagnóstico

Descripción de actividades	Enero	Febrero				Marzo				
	Semanas									
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Propedéutico del diagnóstico										
Búsqueda de institución										
Reunión con Asesora Lcda. Brenda Chacón										
Reunión con integrantes de Gerencia de Comunicación y pasantes										
Reunión con Asesora Lcda. Brenda Chacón										
Observación de medios de comunicación externa de AGEXPORT										
Pregunta de investigación y formulación de objetivos generales y específicos del diagnóstico										
Reunión con Lcda. Gabriela Méndez										
Comité de medios con equipo de comunicación de AGEXPORT										
Reunión con Lcda. Raquel Müller encargada del Boletín AGEXPORT Hoy										
Reunión con Asesora Lcda. Brenda Chacón										
Visita a AGEXPORT para observación y planteamiento de proyectos										
Estructuración de metodología a utilizar										
Comité de medios con equipo de comunicación de AGEXPORT										
Elaboración y aplicación de instrumentos de recolección de datos										
Entrevista con Lcda. Raquel Müller										
Comité de medios con equipo de comunicación de AGEXPORT										



Reunión con Asesora Lcda. Brenda Chacón											
Redacción y entrega de diagnóstico											
Comité de medios con equipo de comunicación de AGEXPORT											
Reunión con Asesora Lcda. Brenda Chacón											
Revisión de diagnóstico											

1.20 Proyecto a desarrollar

- Estrategia de comunicación externa para fortalecer la identidad visual y distribución del Boletín AGEXPORT Hoy de Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.



Capítulo 2

Plan de Comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

El plan estratégico para las comunicaciones organizacionales son los procesos, los canales, las tácticas y las acciones operativas necesarias para analizar la situación, establecer los objetivos de comunicación y los recursos relevantes necesarios para lograr esos objetivos.” (Aljure Saab, 2015, pág. 77)

Un plan estratégico de comunicación es donde se manifiesta la forma en la que las instituciones van a comunicarse con sus públicos. En él se establecen como menciona Matilla (2018) es un conjunto de acciones instruidas a la obtención de resultados, siempre que se posea un alto nivel de certeza sobre la situación en la que se llevarán a cabo y control de los factores que permitirán se alcance el resultado deseado.

Para concretar, el plan estratégico de comunicación es un documento en el que se reúnen los objetivos, públicos de la organización, políticas, estrategias, presupuesto, beneficiarios y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ambientes de la organización. (Galicia, 2014)

Además, un plan estratégico de comunicación ayuda a organizar los recursos de las empresas e instituciones, tanto materiales como humanos, de forma sistematizada y estratégica.

El plan estratégico de comunicación es un escrito que se crea como producto del desarrollo de la planeación estratégica de comunicación y en cualquier tipo de formato, especifica lo que se muestra en la figura No. 10.

Figura 10.

Elementos del Plan de Comunicación



Fuente: elaboración propia

2.2 Elementos comunicacionales

2.2.1 Comunicación

Al intercambio de información entre dos personas o más a través de un proceso congruente se le llama comunicación, como mencionan Ríos, Páez y Barbós (2020) la comunicación es una pieza clave para el desarrollo humano, pues permite el interaccionismo y la relación de las personas que viven en un contexto determinado; promoviendo asertividad en los mensajes transmitidos.



La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más personas con el propósito de dar información y recibirla. En este proceso participan el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, el código y el contexto.

El modelo de comunicación planteado por Jakobson (1985) menciona que el emisor corresponde al que transmite el mensaje, el receptor que recibe el mensaje es el destinatario. El mensaje es la información que se recibe y se difunde; para que el mensaje llegue del emisor al receptor se necesita además del código que consiste en un grupo de reglas específicas de cada lengua. También se necesita de un canal que permita la comunicación entre emisor y receptor; además de establecer un contexto que relacione todos los factores anteriores. Ver Figura 9.

Según el modelo diseñado por Jakobson (1985) acerca del proceso de la comunicación, ésta está constituida por los factores que se detallan a continuación.

2.2.1.1 Emisor

Es el creador del mensaje y tiene una intención, es decir, tiene una razón para querer comunicarse. También, posee factores personales que afectan el proceso de comunicación, como las habilidades comunicativas, las actitudes, los conocimientos, los sistemas sociales y la cultura de donde proviene y ha sido formada.

- En este caso el emisor es la Asociación de Exportadores de Guatemala AGEXPORT a través del Boletín AGEXPORT Hoy.

2.2.1.2 Receptor

Todo acto de comunicación requiere un destinatario. En este caso, el receptor y procesador del mensaje enviado por el emisor, es decir, el receptor del mensaje.



- En este sentido los receptores son hombres y mujeres de 24 a 50 años que utilizan plataformas digitales, interesados en conocer información del sector exportador, NSE C, C+, B.

2.2.1.3 El mensaje

Un mensaje constituye lo que envía un remitente. Es decir, se transmite a través de la comunicación y corresponde a experiencias, significados, explicaciones, ideas, etc.

- Con base a lo observado en redes sociales, no hay mensajes para promocionar el Boletín AGEXPORT Hoy, es aquí donde entrará en acción la estrategia para crearlos y atraer suscriptores al mismo.

2.2.1.4 El código

Según Roman Jakobson, los códigos son reglas, que juntas forman un mensaje. Es decir, es indispensable que el código coincida entre emisor y receptor.

- Para este efecto el código será el idioma que se comparte entre emisor y receptor, el español.

2.2.1.5 El canal

El canal es una vía de comunicación entre un emisor y un receptor. En otras palabras, es el medio que posibilita la transmisión de mensajes.

- En este caso el canal es el *internet* a través del ecosistema digital de la institución Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT y sus redes sociales, el cual se describe en la figura 11. Como información adicional se observó que la organización tiene muchos seguidores, en el caso de *Facebook* cuenta con más de 79,000 y en *Instagram* similar cantidad.

Figura 11.
Ecosistema digital de AGEXPORT



Fuente: elaboración propia

2.2.1.6 El contexto

Es el conjunto de circunstancias en las que se produce la comunicación, se refiere al lugar, tiempo y cultura en que se desarrollará la misma. Además, hay que tener en cuenta que cada mensaje puede tener diferentes significados según el contexto en el que fue escrito.



- Para efectos de este plan, se definirá el contexto de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, en el año 2022 como todo el entorno relacionado con las exportaciones guatemaltecas y diversos temas afines.

2.2.2 Comunicación organizacional

La comunicación organizacional se refiere a la forma en que las empresas transmiten información, mensajes, se relacionan y logran objetivos estratégicos a través de sus áreas o departamentos impactando en sus diferentes públicos o audiencias, y diseña estrategias para mantener el flujo de la información. (Fajardo, 2016)

La comunicación organizacional es la que realiza una institución tanto al exterior como al interior, determinando procesos y planes para difundir mensajes de la organización con el fin de constituir la imagen de la empresa y consolidar relaciones con sus diferentes públicos.

2.2.2.1 Tipos de comunicación organizacional

2.2.2.1.1 Comunicación interna

La comunicación interna está enfocada en mantener una buena comunicación con los empleados de una organización y su efectividad ayudará indirectamente al éxito de los objetivos de la comunicación externa.

La comunicación interna tiene como pilar principal integrar a los miembros de una organización en pro de las metas corporativas, que se alineen con sus objetivos. Dando respuesta a las necesidades que el empleado tiene o puede llegar a tener, logrando con ello construir confianza entre las partes. (Fajardo, 2016)



2.2.2.1.2 Comunicación externa

Su objetivo es optimizar la imagen de la institución con sus públicos externos. Está asociado a las relaciones de la organización con los diferentes grupos de interés. Estos pueden ser socios, proveedores, consumidores o la audiencia en general.

Para Fajardo (2016) la comunicación externa son todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

2.3 Objetivos

2.3.1 General

Reforzar el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy ante sus distintos públicos.

2.3.2 Específicos

- Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy
- Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

2.4 Estrategia

Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente (Ríos et al. 2020).

Las estrategias de comunicación se pueden elaborar a través de la identificación de problemas latentes en la organización, Ríos et al. (2020, p. 21) señala que también se pueden formar como resultado analítico de diagnósticos sofisticados. Esto indica que las estrategias de comunicación se diseñan y desarrollan para satisfacer las necesidades de posicionamiento y comunicación que se presentan en un entorno determinado.



En este caso para la comunicación organizacional, depende del contexto en el que se encuentra la organización para definir las acciones a desarrollar y con esto, dar solución a las debilidades identificadas previamente en el diagnóstico. (Ríos et al., 2020)

2.4.1 Estrategia para redes sociales

Una de las tendencias principales de la comunicación son las redes sociales, titubear en cuanto a la importancia de estas en la estrategia, es eliminar las bases fundamentales del panorama digital. Se está expuesto a las redes sociales todos los días, estas permiten comunicarse y compartir contenido de manera rápida, eficiente y en tiempo real. Una estrategia de redes sociales adecuada genera resultados innegables.

Cuando se ve desde una perspectiva de marketing dentro de la empresa, independientemente de su tamaño, las redes sociales se han convertido en un canal necesario que todas las organizaciones debieran aprovechar, en la medida de lo necesario, para tener éxito.

2.4.1.1 *Facebook*

Cuenta con más de 2 mil millones de usuarios activos, Como precursor de las plataformas de redes sociales, los usuarios de Facebook forman parte de una amplia gama de diferentes datos demográficos, lo que proporciona un medio extraordinario para que su empresa se conecte con sus posibles clientes en todo el mundo. Facebook para empresas también proporciona una variedad de herramientas para los usuarios, incluidas opciones para dirigirse a diferentes audiencias (Baldwin, 2020).

2.4.1.2 *Instagram*

Si se busca construir una fuerte identidad visual de marca o ya se tiene, *Instagram* es la plataforma perfecta para estar y expandirse rápidamente desde la introducción de historias y oportunidades publicitarias recientes.



Además, Instagram continúa brindando nuevas y emocionantes actualizaciones, que tienen grandes repercusiones en el mercado. Como resultado, las empresas y las marcas deben permanecer ágiles para mantener una ventaja competitiva en esta plataforma (Baldwin, 2020).

En las redes sociales existen dos tipos de alcance para las publicaciones, el orgánico y el pagado. Las que tienen un alcance orgánico son aquellas que los usuarios vieron sin necesidad de distribuirla mediante una herramienta pagada; como *Facebook Ads*, *Instagram Ads* u otras similares de las demás redes. Este contenido llega de forma natural a las personas, ya sea en su página de inicio o porque algún amigo compartió la publicación o reaccionó a ella.

El alcance pagado se trata del número de usuarios que vieron algún contenido de tu marca como resultado de un pago en estas plataformas. La principal ventaja que ofrece este tipo de alcance es que según detalla Ramírez (2020) permite hacer una segmentación; es decir, puede ser muy específico al mostrar dichas publicaciones, tomando en cuenta edad, sexo, gustos, intereses, localización y más características de los usuarios.

2.4.1.3 Descripción de estrategia

Con base en el FODA de comunicación del Boletín AGEXPORT Hoy de la organización Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT, se establece que es de vital importancia para la imagen de una marca posicionarse y promoverse en redes sociales, ya que éstas tienen una gran capacidad de alcance para llegar a los millones de usuarios que poseen.

Para fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy se realizarán algunas acciones como mejorar su identidad y diferenciarlo del periódico digital AGEXPORT Hoy, además de dos campañas institucionales para fidelizarlo a través de las redes sociales *Facebook* e *Instagram*, éstas con una duración de seis semanas.

Para incrementar los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy, se planteará a la Licda. Marlene Martínez, gerente del departamento de comunicación, la estrategia de ofrecer beneficios a los



suscriptores como, por ejemplo, participar en talleres y capacitaciones, para que esto genere interés en la suscripción.

Además, se plantea la implementación de un Código QR para colocarlo en las dos campañas institucionales, por ser una herramienta eficiente y confiable en la tarea de redireccionar al portal AGEXPORT Hoy y facilitar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy.

También se sugerirá que el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy sea colocado en un lugar más visible, para que al visitar el portal AGEXPORT Hoy sea lo primero que se observe.

Con esto se beneficiará a la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT y a sus medios de comunicación institucional, el portal del periódico digital AGEXPORT Hoy y a la Revista *DataExport*, ya que al lograr la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy se generará interés en los medios antes mencionados. El beneficio también será para los futuros suscriptores ya que contarán con contenido informativo de calidad, del sector exportador a nivel nacional e internacional.

Se utilizará como recurso el departamento de comunicación, la estudiante de EPS de licenciatura y se pedirá el apoyo al departamento de mercadeo y servicio al cliente de AGEXPORT para hacer las publicaciones en las redes sociales correspondientes y la realización de diseños si fuera necesario.

Con las acciones anteriores se reforzará el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy de la Asociación de Exportadores de Guatemala AGEXPORT ante sus distintos públicos; ya que es tarea de la comunicación externa encargarse de la elaboración y desarrollo de estrategias de comunicación y gestión de redes sociales para lograr una comunicación efectiva con los públicos externos de la institución.



2.5 Acciones

“Son la concreción de las actividades y los medios a utilizar para desarrollar el plan.” (Galicia, 2014, p. 62)

Objetivo específico 1:

Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Para lograr este objetivo se propone:

- Darle un nombre propio al boletín
- Rediseñar el logo del periódico digital AGEXPORT Hoy y adaptarlo al Boletín AGEXPORT Hoy, consiguiendo con esto la diferenciación entre ambos y el posicionamiento del último.
- Rediagramar el modelo de la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy
- Agregar la palabra Boletín al asunto del correo en el que se envía
- Campaña informativa para fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy
 - Elaborar concepto creativo
 - Redactar mensajes clave
 - Elaborar artes para publicaciones de *Facebook*
 - Readecuar artes para publicaciones de *Instagram*
 - Elaborar historias para *Facebook* e *Instagram*
 - Redactar mensajes para redes sociales
 - Publicación en redes sociales *Facebook* e *Instagram*

Objetivo específico 2:

Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Para lograr este objetivo se plantea:

- Realizar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy y así motivar a que más personas se suscriban.
- Hacer más visible el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy en el inicio del portal AGEXPORT Hoy.



- Crear un Código QR para que redirija al portal AGEXPORT Hoy y así la suscripción sea más fácil.
- Campaña institucional para incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy.
 - Elaborar el concepto creativo
 - Redactar mensajes clave
 - Elaborar artes para publicaciones de *Facebook*
 - Readecuar artes para publicaciones de *Instagram*
 - Elaborar historias para *Facebook* e *Instagram*
 - Redactar mensajes para redes sociales
 - Publicación en redes sociales *Facebook* e *Instagram*



Tabla 13.

Descripción de las acciones Objetivo 1

Objetivo Específico 1: Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Mensajes clave: #BoletínAGEXPORTHoy #AGEXPORTHoy

Información del sector exportador guatemalteco

Táctica o acción	Responsable	Fecha	Presupuesto	Beneficiados	Indicador
Darle un nombre propio al boletín	Lcda. Raquel Müller	Abril		Asociación Guatemalteca de Exportadores a través del Boletín AGEXPORT Hoy, periódico digital	Posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy
Rediseñar el logo de AGEXPORT Hoy y adaptarlo al Boletín AGEXPORT Hoy	Estudiante de EPSL	Junio	Q. 800.00	AGEXPORT Hoy y la Revista <i>DataExport.</i>	
Rediagramar el modelo de la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy	<i>Web Master</i> AGEXPORT	Junio		Actuales y futuros suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy	<i>Engagement</i>
Agregar la palabra Boletín al asunto del correo en el que se envía	Lcda. Raquel Müller	Junio			
Campaña informativa para fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy -Elaborar concepto creativo -Redactar mensajes clave -Elaborar artes para <i>Facebook</i> Readecuar artes para <i>Instagram</i> -Elaborar historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> -Redactar mensajes para redes sociales -Publicación en redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	Estudiante de EPSL	Julio-Agosto	Q.5400.00		

Fuente: elaboración propia



Tabla 14.

Descripción de las acciones Objetivo 2

Objetivo Específico 2: Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Mensajes clave: #SuscríbeteHOY #HOYeseldía #BoletínAGEXPORTHoy

Táctica o acción	Responsable	Fecha	Presupuesto	Beneficiados	Indicador
Realizar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy y así motivar a que más personas se suscriban.	Lcda. Marlene Martínez	Junio		Asociación Guatemalteca de Exportadores a través del boletín, portal del periódico digital	Fidelización
Hacer más visible el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy en el inicio del portal AGEXPORT Hoy	Web Master AGEXPORT	Junio		AGEXPORT Hoy y la Revista <i>DataExport</i> .	Suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy
Crear un Código QR para que redirija al portal AGEXPORT Hoy y así la suscripción sea más fácil.	Estudiante de EPSL	Junio	Q.700.00	Actuales y futuros suscriptores del Boletín AGEXPORT	Suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy
Campaña institucional para incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy - Elaborar el concepto creativo -Redactar mensajes clave -Elaborar artes para <i>Facebook</i> Readecuar artes para <i>Instagram</i> -Elaborar historias para <i>Facebook e Instagram</i> -Redactar mensajes para redes sociales -Publicación en redes sociales <i>Facebook e Instagram</i>	Estudiante de EPSL	Sept.- Octubre	Q.5400.00	Hoy	<i>Engagement</i>

Fuente: elaboración propia

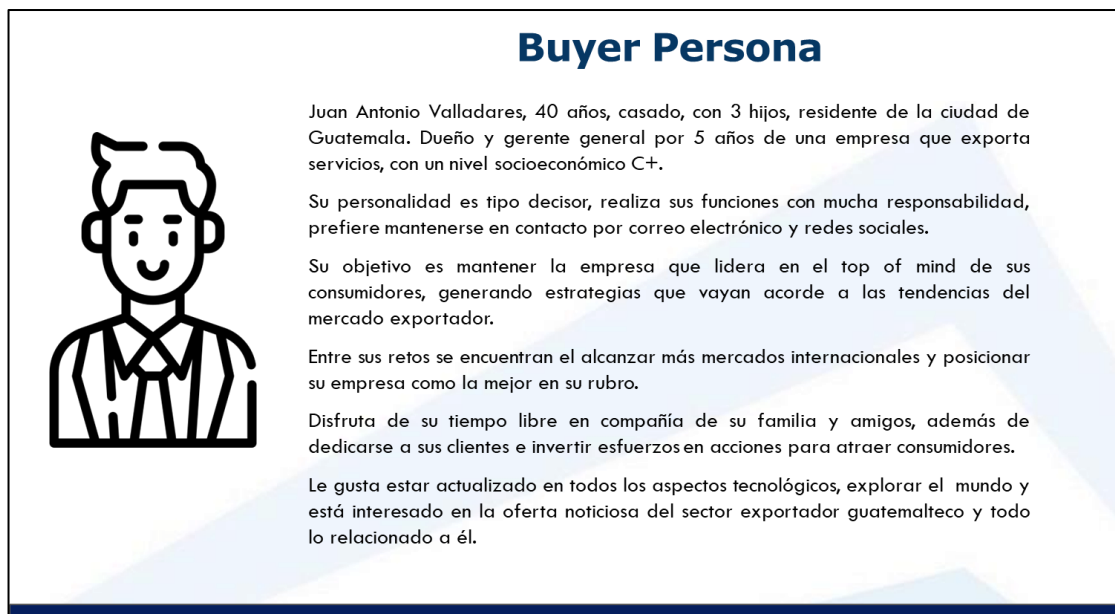
2.6 Público objetivo

Figura 12.
Público Objetivo



Fuente: elaboración propia

Figura 13.
Buyer Persona




Fuente: elaboración propia

Figura 14.

Buyer Persona

Buyer Persona



María Fernanda González, 35 años, casada, con 2 hijos, residente de la ciudad de Guatemala. CEO de una empresa que exporta productos agrícolas, con un nivel socioeconómico C+.

Su personalidad es visionaria y decisora, realiza sus funciones con determinación y responsabilidad, prefiere mantenerse en contacto por correo electrónico y redes sociales.

Su objetivo es mantener la empresa que gerencia en la mente de sus consumidores, generando estrategias que vayan acorde a las tendencias del mercado exportador.

Entre sus retos se encuentran el alcanzar más mercados internacionales y posicionar su empresa como la mejor en su rubro.

Disfruta pasar tiempo en familia y con amigos; además de emplear esfuerzos en tácticas para atraer más clientes.

Le gusta estar actualizada en todos los aspectos tecnológicos, explorar el mundo y está interesada en la oferta noticiosa del sector exportador guatemalteco y todo lo relacionado a él.

Fuente: elaboración propia

2.7 Mensajes clave

Para identificar los siguientes mensajes clave se observaron las diferentes ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy y se enumeran a continuación:

- Información única en su tipo
- Noticias del sector exportador guatemalteco
- Hacer de Guatemala un país exportador
- #DescubreelBoletínAGEXPORTHoy
- #SuscríbeteHOY
- #HOYeseldía
- #DescubreelBoletínAGEXPORTHoy
- #BoletínAGEXPORTHoy
- #AGEXPORTHoy
- #ExportacionesGt



2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 15.

Indicadores de logro de las acciones

Objetivo general	Objetivos específicos	Acciones	Actividades	Indicador de logro	Modo de verificación
Reforzar el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy ante sus distintos públicos	Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy	Identificar al Boletín AGEXPORT Hoy	Rediseñar el logo AGEXPORT Hoy para adaptarlo al Boletín AGEXPORT Hoy Rediagramar la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy Agregar la palabra boletín al asunto del correo en el que se envía	Posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy en los canales digitales de la institución	Incremento en la apertura del Boletín AGEXPORT Hoy Generando más <i>clicks</i> en el portal del periódico digital AGEXPORT Hoy
		Campaña informativa en <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	Elaborar el concepto creativo Redactar mensajes clave Elaborar artes para <i>Facebook</i>		



			<p>Readecuar artes para <i>Instagram</i></p> <p>Elaborar historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i></p> <p>Redactar <i>copy</i>'s para las redes <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i></p> <p>Publicación en redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i></p>		<p>Alcance de redes sociales:</p> <p>Me gusta</p> <p>Veces compartido</p> <p>Seguidores</p> <p>Comentarios</p>
	Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy	Fidelizar al público	Realizar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy	Suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy	Ampliación de base datos del Boletín AGEXPORT Hoy
		Campaña institucional en <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	<p>Elaborar el concepto creativo</p> <p>Redactar mensajes clave</p> <p>Elaborar artes para <i>Facebook</i></p> <p>Readecuar artes para <i>Instagram</i></p>	<i>Engagement</i> al Boletín AGEXPORT Hoy	<p>Métricas de <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i></p> <p>Alcance de redes sociales:</p> <p>Me gusta</p> <p>Veces compartido</p> <p>Seguidores</p> <p>Comentarios</p> <p>Métrica del portal del periódico</p>



			Elaborar historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>		digital AGEXPORT Hoy y Revista <i>DataExport</i> Aumento de suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy
		Aumentar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy	Elaboración de Código QR	Suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy	Métrica del portal del periódico digital AGEXPORT Hoy Incremento de suscriptores en la base de datos del Boletín AGEXPORT Hoy
			Hacer más visible el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy		

Fuente: elaboración propia



2.9 Recurso Humano

Tabla 16.

Descripción del recurso humano

Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT	
Departamento de Comunicación	
Lcda. Marlene Martínez Gerente de Comunicación	Jefa de departamento, encargada de aprobar los proyectos y actividades presentadas en el desarrollo del EPSL.
Lcda. Raquel Müller Especialista de Comunicación y Medios	Encargada y fuente de información del Boletín AGEXPORT Hoy. También tiene a su cargo el portal del periódico digital AGEXPORT Hoy. Apoyo en la realización de campañas.
Departamento de mercadeo digital y servicio al cliente	
Marcos Vides Digital Media Planner	Encargado del manejo de las redes sociales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT
Web Master	Encargado de soporte y mantenimiento de los diferentes portales de AGEXPORT.
Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación	
Angélica Rivas Estudiante de EPSL	Encargada de la elaboración de estrategia de comunicación externa para reforzar la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy además de promover su suscripción.

Fuente: elaboración propia



2.10 Financiamiento y Presupuesto

El recurso económico utilizado para la ejecución de este proyecto de comunicación será cubierto en su mayoría por la estudiante de EPSL, la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT será la responsable de realizar algunas acciones como por ejemplo cubrir los costos que signifique dar capacitaciones o asesorías a cambio de suscribirse al Boletín AGEXPORT Hoy.

También se solicitará el apoyo del *web master* de AGEXPORT para la rediagramación de la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy.

La organización cuenta con las redes sociales *Facebook* e *Instagram*, en las cuales se harán las publicaciones de las campañas de forma orgánica, además tiene el recurso del *Digital Media Planner* que es el encargado de todo lo concerniente a las redes sociales institucionales por lo cual no significará gasto alguno.

Los precios plasmados en el presupuesto son un estimado sujeto a variaciones en el mercado.

Tabla 17.
Presupuesto general

Cantidad	Descripción	Precio	Financiamiento
1	Rediseño de logo AGEXPORT Hoy	Q. 806.40	Estudiante de EPSL
1	Campaña informativa para reforzar imagen “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”	Q. 5,402.88	Estudiante de EPSL
1	Campaña institucional para fomentar la suscripción “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”	Q. 5,402.88	Estudiante de EPSL
1	Elaboración de código QR	Q. 700.00	Estudiante de EPSL
1	Asesoría	Q. 10,000.00	Estudiante de EPSL
Total		Q. 22,312.16	

Fuente: elaboración propia



2.11 Beneficiarios

Entre los beneficiarios se encuentra la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT, el portal del periódico digital AGEXPORT HOY y la Revista Data Express, ya que al lograr la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy, se generará interés en los medios antes mencionados. También el beneficio será para los futuros suscriptores ya que contarán con contenido informativo de calidad del sector exportador a nivel nacional e internacional.

2.12 Área geográfica de acción

La Asociación Guatemalteca de Exportadores, se encuentra ubicada en la zona 13 de la capital de Guatemala, el área de operativización de la estrategia de comunicación será en internet a través de las redes sociales *Facebook* e *Instagram*, al contar estas con un amplio número de usuarios el área de impacto se ampliará considerablemente.



2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 18.
Cuadro operativo de la estrategia Objetivo 1

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico al cual obedece	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Rediseñar el logo AGEXPORT Hoy para adecuarlo al Boletín AGEXPORT Hoy	Objetivo 1 Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy	Q. 800.00	Angélica Rivas, estudiante de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura	Se utilizarán las redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> por lo que el área de impacto se amplía considerablemente	Asociación Guatemalteca de Exportadores a través del Boletín AGEXPORT Hoy, portal del periódico digital AGEXPORT HOY y la Revista <i>DataExport</i> .	1era. semana de junio
Rediagramar la plantilla de algunas ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy			Web Master de AGEXPORT			2da. y 3era. semana de junio
Agregar la palabra boletín al asunto del correo en el que se envía			Lcda. Raquel Müller Especialista de comunicación y medios encargada del Boletín AGEXPORT Hoy			4ta. semana de junio
Campaña informativa		Q. 5,400.00	Angélica Rivas, estudiante de			Julio y Agosto



Elaborar el concepto creativo			Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura			
Redactar mensajes clave						
Elaborar artes para <i>Facebook</i>						
Readecuar artes para <i>Instagram</i>						
Elaborar historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>						
Publicaciones orgánicas en redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>			Marcos Vides <i>Digital Media Planner</i> Encargado del manejo de las redes sociales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT			

Fuente: elaboración propia



Tabla 19.

Cuadro operativo de la estrategia Objetivo 2

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico al cual obedece	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Realizar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy	Objetivo 2 Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy		Lcda. Marlene Martínez, Gerente del departamento de comunicación	Se utilizarán las redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> por lo que el área de impacto se amplía considerablemente	Asociación Guatemalteca de Exportadores a través del boletín, portal del periódico digital AGEXPORT Hoy y la Revista <i>DataExport</i> . Actuales y futuros suscriptores del boletín	Mes de agosto y septiembre
Campana institucional Elaborar el concepto creativo		Q. 5,400.00	Angélica Rivas, estudiante de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura			Septiembre y Octubre
Redactar mensajes clave						
Elaborar artes para publicaciones de <i>Facebook</i>						
Readecuar artes para <i>Instagram</i>						
Elaborar historias para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>						
Redactar mensajes para <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>						
Publicaciones orgánicas en redes						



sociales Facebook e Instagram			<i>Digital Media Planner</i> Encargado del manejo de las redes sociales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT		
Hacer más visible el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy			<i>Web Master</i> de AGEXPORT		Agosto-Diciembre
Crear Código QR	Q. 700.00		Angélica Rivas, estudiante de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura		Junio

Fuente: elaboración propia



2.14 Plan de acción

Figura 15.

Logo actual del Boletín AGEXPORT Hoy



Fuente: Boletín AGEXPORT Hoy (2022)

Tabla 20.

Descripción del producto No. 1

Objetivo específico 1: Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de productos

Producto No. 1: Rediseñar logo AGEXPORT Hoy y adaptarlo al Boletín AGEXPORT Hoy para reforzar su identidad ante sus distintos públicos

Público	Canal	Bocetos
Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.	Ecosistema digital de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT Redes sociales Todas las ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy Plataformas digitales	

Fuente: elaboración propia

Tabla 21.

Descripción del producto No. 2

Objetivo específico 1: Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de productos

Producto No. 2: Campaña informativa “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy” para reforzar la imagen y posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy y socializarla a través de redes sociales

Duración seis semanas

Público	Canal	Bocetos
<p>Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.</p>	<p>Redes sociales <i>Facebook e Instagram</i></p>	

Fuente: elaboración propia



Tabla 22.

Descripción de la actividad No. 1

Objetivo específico 1: Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de actividades

Actividad No. 1: Rediagramar la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy para mejorar la percepción del público hacia las diferentes ediciones de este.

Público	Canal	Bocetos
Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.	Correo electrónico Plataformas digitales	El <i>web master</i> de AGEXPORT es el encargado de dar soporte a todo su ecosistema digital y de hacer las mejoras o rediseño de las diferentes plantillas del Boletín AGEXPORT Hoy.

Fuente: elaboración propia


Tabla 23.

Descripción de la actividad No. 2

Objetivo específico 1: Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de actividades

Actividad No. 2: Agregar la palabra boletín al asunto del correo en el que se envía, para aumentar el índice de aperturas del Boletín AGEXPORT Hoy

Público	Canal	Bocetos
Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.	Correo electrónico	La encargada del Boletín AGEXPORT Hoy es la Lcda. Raquel Müller, por lo que será la responsable de esta actividad. 

Fuente: elaboración propia




Tabla 24.

Descripción del producto No. 1

Objetivo específico 2: Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de productos

Producto No. 1: Código QR para facilitar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy que además se incluirá en toda la línea gráfica de las campañas institucionales

Público	Canal	Bocetos
Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.	Ecosistema digital de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT Campañas institucionales para socializar la identidad del Boletín AGEXPORT Hoy y fomentar la suscripción de este	

Fuente: elaboración propia



Tabla 25.

Descripción del producto No. 2

Objetivo específico 2: Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de productos

Producto No. 2: Campaña institucional “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy” para incrementar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy y las visitas al portal con el mismo nombre

Duración seis semanas

Público	Canal	Bocetos
<p>Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.</p> <p>Redes sociales <i>Facebook e Instagram</i></p>	<p>Redes sociales <i>Facebook e Instagram</i></p>	

Fuente: elaboración propia



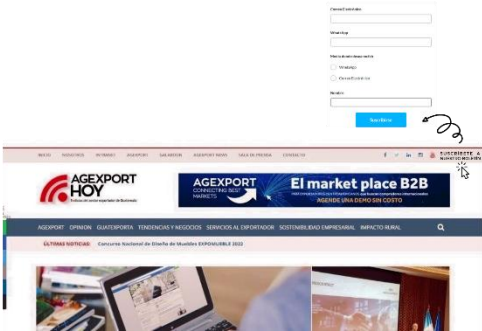
Tabla 26.

Descripción de la actividad No. 1

Objetivo específico 2: Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de actividades

Actividad No. 1: Visibilizar el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy para incrementar los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Público	Canal	Bocetos
<p>Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.</p>	<p>Plataformas digitales</p>	<p>El <i>web master</i> de AGEXPORT es el encargado de dar soporte a todo su ecosistema digital y de hacer las mejoras en cada portal de la institución.</p> 

Fuente: elaboración propia



Tabla 27.

Descripción de la actividad No. 2

Objetivo específico 2: Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy

Descripción de actividades

Actividad No. 2: Realizar talleres o capacitaciones para suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy para acrecentar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy

Público	Canal	Bocetos
Colaboradores, socios, miembros de juntas directivas, agregados comerciales, periodistas, contactos comerciales, estudiantes y público en general entre los 24 y 50 años, interesados en las noticias más importantes del sector exportador.	Plataformas digitales	Capacitación acerca de temas afines a la institución con duración de 1 hora, en la que se vean involucrados los diferentes públicos del Boletín AGEXPORT Hoy. Ver tabla

Fuente: elaboración propia

Tabla 28.

Ejemplo de programa para capacitación

PROGRAMA		
Hora	Actividad	Encargado
8:00 am.	Bienvenida	Representante de Gerencia de comunicación
8:15 am.	Tema	Experto
8:45 am.	Preguntas y respuestas	Representante de Gerencia de comunicación

Fuente: elaboración propia

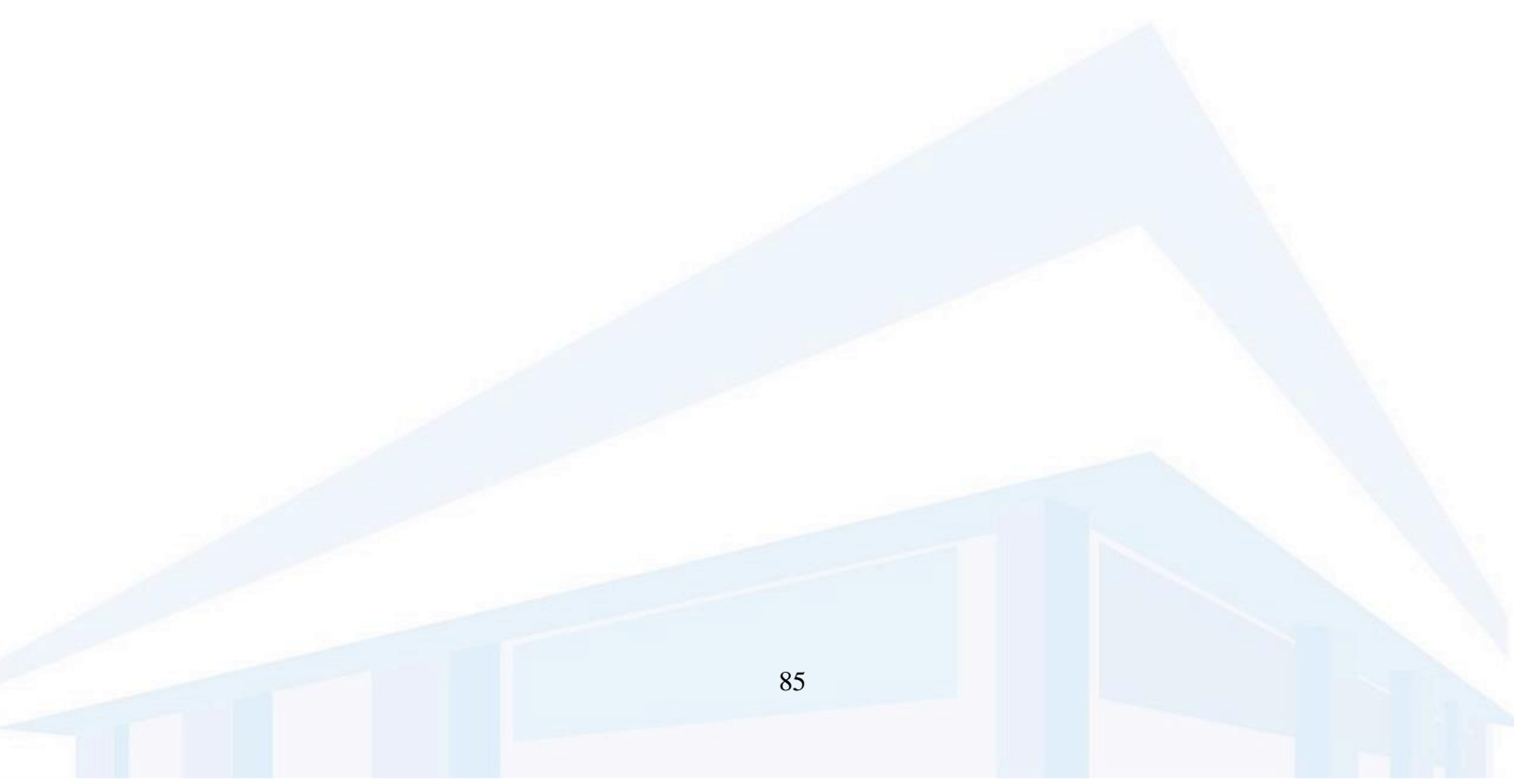


2.15 Cronograma del plan de comunicación

Descripción de Actividades	Junio					Julio				Agosto					Septiembre				Octubre										
	Semanas																												
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4							
Rediseño de logo AGEXPORT Hoy para el Boletín AGEXPORT Hoy																													
Elaboración de Código QR																													
Rediagramación de la plantilla del Boletín AGEXPORT Hoy																													
Agregar la palabra Boletín al asunto del correo en el que se envía																													
Campaña para reforzar la imagen y posicionamiento del Boletín AGEXPORT Hoy en redes sociales Facebook e Instagram																													
Hacer más visible el botón de suscripción																													



al Boletín AGEXPORT Hoy																				
Realizar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín Agexport Hoy y así motivar a que más personas se suscriban.																				
Campaña para incrementar 10% la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy en redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>																				





2.16 Calendario editorial

Figura 16.

Calendario editorial para *Facebook* e *Instagram*





































		Campaña Descubre el Boletín Agexport Hoy Duración 6 semanas				
Calendario para Facebook e Instagram						
JULIO - AGOSTO 2022						
Semana del 25 al 29 de julio						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	
Semana del 01 al 05 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	
Semana del 08 al 12 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	
Semana del 15 al 19 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	
Semana del 22 al 26 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	
Semana del 29 de agosto al 02 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 	

Fuente: elaboración propia



Figura 17.

Calendario editorial para *Facebook* e *Instagram*

		Campaña Suscríbete Hoy al Boletín Agexport Hoy Duración 6 semanas					
Calendario para Facebook e Instagram							
SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2022							
Semana del 05 al 09 de septiembre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		
Semana del 12 al 16 de septiembre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		
Semana del 19 al 23 de septiembre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		
Semana del 26 al 30 de septiembre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		
Semana del 03 al 07 de octubre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		
Semana del 10 al 14 de octubre							
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	
	 Gráfico 		 Gráfico - Historia 		 Gráfico 		

Fuente: elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución del plan de Comunicación

3.1 Informe de ejecución

La fase de ejecución de un proyecto es de las más importantes y relevantes, ya que una vez se ha planificado, lo siguiente es ejecutar la estrategia y tareas sugeridas para darle solución a los objetivos propuestos en la planeación.

En el siguiente apartado del proyecto se detallan las acciones y actividades propuestas en el plan estratégico de comunicación externa, realizado para el Boletín AGEXPORT Hoy de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT.

3.1.1 Rediseño del logo AGEXPORT Hoy

3.1.1.1 Objetivo

Con el objetivo de fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy y de acuerdo con el planteamiento estratégico, fue necesario implementar acciones como rediseñar el logotipo del periódico digital AGEXPORT Hoy y adaptarlo al Boletín AGEXPORT Hoy para que éste tenga un nombre propio y a la vez se identifique y diferencie del periódico digital con el mismo nombre.

3.1.1.2 Medio utilizado

El medio utilizado es digital a través de *mailing list* y redes sociales; el logotipo rediseñado que identifica al Boletín AGEXPORT Hoy es para integrarlo en los diferentes boletines y en las publicaciones que se hagan a través de *Facebook e Instagram* y así lograr una mejor identificación y posicionamiento de éstos.



3.1.1.3 Presupuesto utilizado

Para el diseño de la presente acción se utilizaron Q.806.40, costo cubierto en su totalidad por la estudiante de EPSL de licenciatura.

Tabla 29.

Presupuesto de rediseño de logotipo del Boletín AGEXPORT Hoy

No.		Precio	Financiamiento
1	Rediseño del logo AGEXPORT Hoy	Q.600.00	Estudiante de EPSL
2	FEE 20%	Q. 120.00	Estudiante de EPSL
3	IVA 12%	Q. 86.40	Estudiante de EPSL

Fuente: elaboración propia

3.1.1.4 Resultados obtenidos

El 23 de junio se llevó a cabo una reunión virtual entre la representante de la Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT y la estudiante de EPSL, en la cual se mostraron 4 propuestas de rediseño para el logotipo del Boletín AGEXPORT Hoy.

Posteriormente con fecha 29 de junio, fueron enviadas las 4 versiones en una presentación de *Power Point* a través de correo electrónico. Además, el 18 de julio se envió una carpeta compartida en *One Drive* a dos miembros del departamento de comunicación de AGEXPORT en la que se incluyó esta acción.

Después de la presentación de supervisión el 25 de julio, se realizó una quinta propuesta que fue agregada a la carpeta compartida anteriormente, estando aún pendientes de revisión y aprobación para su futura publicación en los diferentes boletines.

Capturas de evidencia de envío, diapositivas 9-13

<https://drive.google.com/file/d/1PqzmnLsDtZepsvNsoo2rHQk54Dobj7F0/view?usp=sharing>



3.1.1.5 Evidencia del material

A continuación, en la figura 18 se observan las propuestas del logotipo de AGEXPORT Hoy, modificado para darle una identidad propia al Boletín AGEXPORT Hoy y así diferenciarlo del periódico digital con el mismo nombre. En la presentación realizada ante la representante de AGEXPORT, se mostró mayor inclinación por las siguientes versiones. Adicional, en el siguiente enlace se pueden observar las 5 propuestas de rediseño del logo para el Boletín AGEXPORT Hoy. https://drive.google.com/drive/folders/1qF1HSK_pmv4pFzjokMghxrHJAbsbgxL?usp=sharing

Figura 18.

Rediseño de logo AGEXPORT Hoy



Fuente: elaboración propia



3.1.2 Campaña informativa “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”

3.1.2.1 Objetivo

Fortalecer la imagen del Boletín AGEXPORT Hoy a través de acciones claves que motiven al público a conocerlo, potenciando *hashtags*, redactando mensajes claros para redes sociales que llamen a la suscripción a través de un concepto creativo y una propuesta gráfica cimentada.

3.1.2.2 Medio utilizado

El medio utilizado es digital a través de las redes sociales *Facebook e Instagram*; en una campaña gráfica de tipo informativo que posteriormente podría adaptarse a medios impresos y así lograr una mayor difusión e impulso de los mensajes.

3.1.2.3 Presupuesto utilizado

Para elaborar esta campaña informativa se presupuestaron Q.5402.88 entre los cuales no se incluye su publicación en redes sociales ya que será de forma orgánica. El valor de ésta será cubierto por la estudiante de EPSL.

Tabla 30.

Presupuesto de Campaña “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”

No.		Precio	Financiamiento
1	Campaña informativa “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”	Q.4000.00	Estudiante de EPSL
2	FEE 20%	Q.800.00	Estudiante de EPSL
3	IVA 12%	Q.576.00	Estudiante de EPSL
4	Timbre de prensa 5 por millar	Q. 26.88	Estudiante de EPSL

Fuente: elaboración propia

Ver anexo #12



3.1.2.4 Resultados obtenidos

Esta campaña aún no ha sido ejecutada, en el proceso de realización de ésta se han enviado las propuestas y los productos finales en una carpeta compartida el 18 de julio del presente año y se está a la espera de la revisión y respectiva aprobación para su futura publicación a través de redes sociales.

Capturas de evidencia de envío, diapositivas 9-12, 14

<https://drive.google.com/file/d/1PqzmnLsDtZepsvNsoo2rHQk54Dobj7F0/view?usp=sharing>

3.1.2.5 Evidencia del material

En los siguientes enlaces se puede observar la campaña informativa completa llamada “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy”, que fue diseñada para tener una duración de seis semanas, así como las diferentes actividades propuestas para esta acción: elaboración de concepto creativo, redacción de mensajes clave, artes para *Facebook*, artes readecuados para *Instagram*, historias y redacción de mensajes para redes sociales.

Campaña en PDF

<https://drive.google.com/file/d/1Dx7kgazU8MUDQ4V34cBJw-X1O1Hirorp/view?usp=sharing>

Actividades de la campaña (artes, pauta para *copy*’s y mensajes clave)

https://drive.google.com/drive/folders/1XFcyYN4_mRhxKkKQFzRhA6OpMtQ4PSEX?usp=sharing

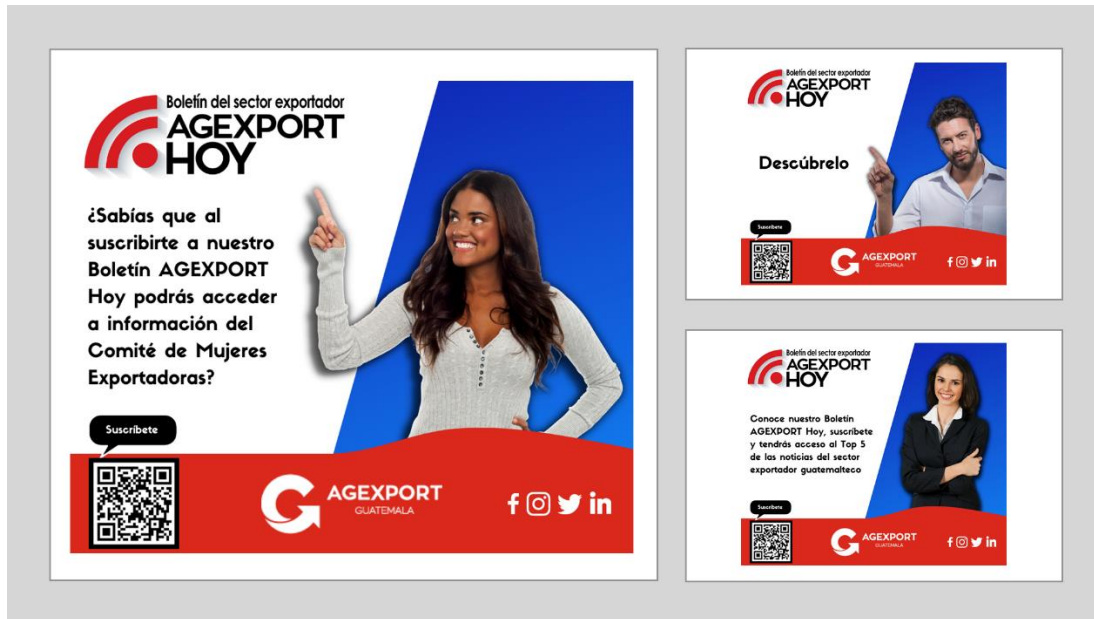
Figura 19.

Concepto creativo



Fuente: elaboración propia

Figura 20.
Artes para Facebook



Fuente: elaboración propia

Figura 21.
Artes readecuados para Instagram



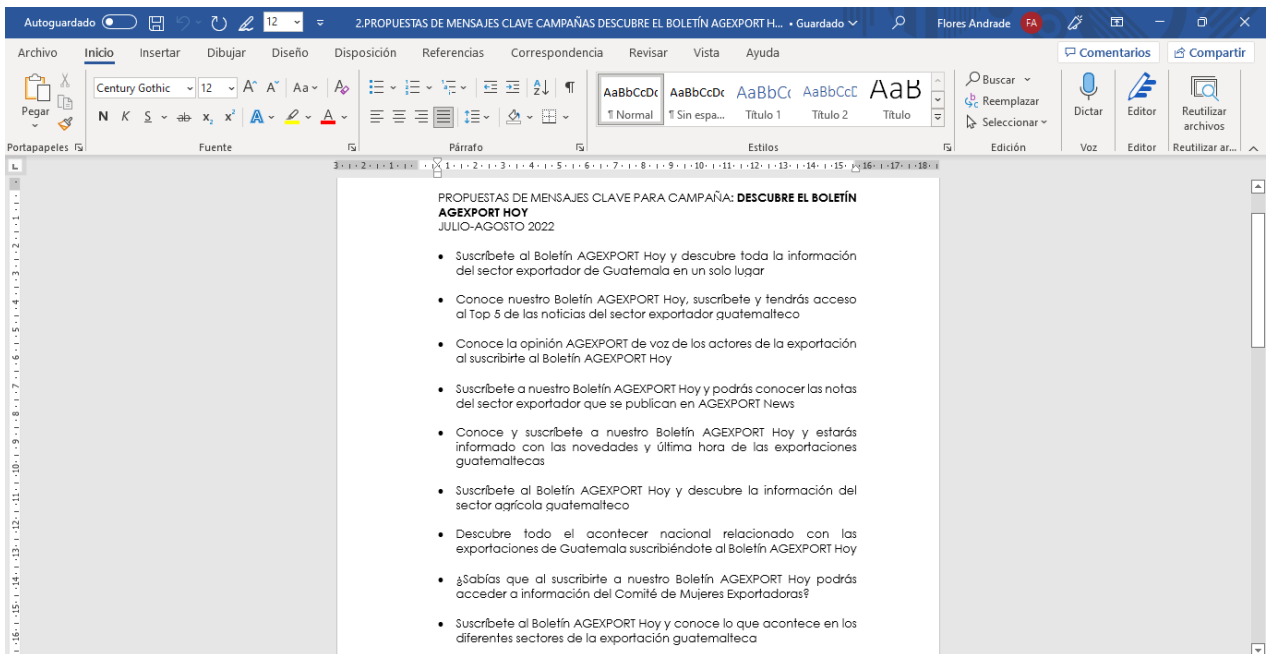
Fuente: elaboración propia

Figura 22.
Historias para *Facebook* e *Instagram*



Fuente: elaboración propia

Figura 23.
Redacción de mensajes clave



Fuente: elaboración propia



Figura 24.

Mensajes para redes sociales, 6 semanas

		Campaña Descubre el Boletín Agexport Hoy Duración 6 semanas				
Calendario para Facebook e Instagram						
JULIO - AGOSTO 2022						
Semana del 25 al 29 de julio						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	Descubre toda la información del sector exportador en el #BoletínAgexportHoy suscríbete a través del portal #AgexportHoy y entérate de que están buscando tus consumidores		Ingresa aquí a #AgexportHoy para suscribirte al #BoletínAgexportHoy y así podrás tener a tu alcance toda la información relacionada con el sector exportador		Entérate de que está pasando en Guatemala en el mundo de las exportaciones, suscríbete al #BoletínAgexportHoy ingresa aquí a #AgexportHoy y conócelo	
Semana del 01 al 05 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¿Ya conoces nuestro boletín del sector exportador? Ingresa aquí a #AgexportHoy y suscríbete al #BoletínAgexportHoy recibe información de la coyuntura nacional relacionada con las exportaciones de Guatemala		Descubre el #BoletínAgexportHoy y recibe información acerca de negocios, tendencias y lo más relevante del sector exportador al suscribirte en el portal #AgexportHoy		Conoce las mejores oportunidades para tu negocio, entérate al suscribirte al #BoletínAgexportHoy a través del portal de #AgexportHoy y descubre la información más relevante del sector exportador	
Semana del 08 al 12 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	Ingresa a #AgexportHoy y suscríbete al #BoletínAgexportHoy para descubrir y conocer sus diferentes ediciones en las que se publica la información más relevante del sector exportador guatemalteco		¿Sabes donde encontrar información relevante del sector exportador? Suscríbete al #BoletínAgexportHoy a través del portal de #AgexportHoy y estarás a un click de conocer las tendencias del mundo exportador		Suscríbete al #BoletínAgexportHoy en el portal #AgexportHoy y descubre la información, novedades y última hora de las exportaciones guatemaltecas	
Semana del 15 al 19 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¿Quieres saber el estado de las carreteras por las que circula tu producto? Suscríbete al #BoletínAgexportHoy ingresa a #AgexportHoy y descubre como mejorar los tiempos al transitar		¿Quieres saber como exportar tus productos a otro país? Descúbrelo en el #BoletínAgexportHoy ingresa a #AgexportHoy y suscríbete para recibir la información de las tendencias y requisitos de exportación		¿Estás interesado en conocer la opinión AGEXPORT en voz de los protagonistas de las exportaciones? Ingresa a #AgexportHoy y suscríbete al #BoletínAgexportHoy para descubrir la pluma de los actores de las exportaciones	
Semana del 22 al 26 de agosto						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	Suscríbete a través de #AgexportHoy al #BoletínAgexportHoy y recibirás la información más relevante de las exportaciones guatemaltecas, comunicados de las diferentes comisiones de AGEXPORT y datos interactivos relacionados con el mundo exportador		Ingresa a #AgexportHoy y suscríbete al #BoletínAgexportHoy para descubrir su versión TOP 5, la cual te hará un refresh de las noticias más importantes acontecidas en el sector exportador guatemalteco y todo lo relacionado a él		Descubre cómo afecta la paridad del dólar con el euro a las exportaciones de Guatemala, entérate al suscribirte al #BoletínAgexportHoy ingresando al portal #AgexportHoy	
Semana del 29 de agosto al 02 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	Descubre que está pasando en Guatemala con las exportaciones agrícolas, conoce las tendencias de los biofertilizantes y requisitos para exportar al suscribirte a nuestro #BoletínAgexportHoy a través del portal del periódico #AgexportHoy		¿Sabías que el #BoletínAgexportHoy tiene dos ediciones anuales dedicadas exclusivamente a los logros de las mujeres exportadoras? Ingresa a #AgexportHoy y suscríbete para recibir sus diferentes ediciones		¿Sabías que hay un #BoletínAgexportHoy que se publica en inglés? Se llama AGEXPORT News y contiene información relevante para nuestros agregados comerciales y lectores en el extranjero, ingresa a #AgexportHoy y suscríbete	

Fuente: elaboración propia



3.1.3 Campaña institucional “Suscríbete Hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”

3.1.3.1 Objetivo

Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy a través de una campaña institucional en la cual se haga uso de *hashtags* y mensajes clave que permitan ampliar el alcance de esta.

3.1.3.2 Medio utilizado

El medio utilizado para la difusión de esta acción es digital a través de las redes sociales *Facebook* e *Instagram*. Luego podría trasladarse a otras redes sociales o a los medios impresos.

3.1.3.3 Presupuesto utilizado

Para elaborar esta campaña institucional se presupuestaron Q. 5402.88 entre los cuales no se incluye su publicación en redes sociales ya que será de forma orgánica. El costo económico de dicha campaña será cubierto por la estudiante de EPSL.

Tabla 31.

Presupuesto de Campaña institucional “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”

No.		Precio	Financiamiento
1	Campaña institucional “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy”	Q.4000.00	Estudiante de EPSL
2	FEE 20%	Q.800.00	Estudiante de EPSL
3	IVA 12%	Q.576.00	Estudiante de EPSL
4	Timbre de prensa 5 por millar	Q. 26.88	Estudiante de EPSL

Fuente: elaboración propia

Ver anexo #12



3.1.3.4 Resultados obtenidos

El 18 de julio del presente año se envió una carpeta compartida a dos representantes de la institución, en la que se encuentran artes para *Facebook*, artes readecuados para *Instagram*, historias, mensajes claves y mensajes para redes sociales. Aún no han sido revisados y se está a la espera de su aprobación para su futura publicación.

Capturas de evidencia de envío, diapositivas 9-12, 15

<https://drive.google.com/file/d/1PqzmnLsDtZepsvNsoo2rHQk54Dobj7F0/view?usp=sharing>

3.1.3.5 Evidencia del material

A continuación, se puede observar evidencia de las diferentes actividades realizadas para esta acción, También en el siguiente enlace se puede observar la campaña completa, así como los *flyers* para las dos redes sociales trabajadas, mensajes clave y *copy's* para redes sociales.

Campaña en PDF

<https://drive.google.com/file/d/1A6b9R6YJs-jB2RYrN5nxBwJq9EAmJUZE/view?usp=sharing>

Actividades de la campaña (artes, pauta para *copy's* y mensajes clave)

<https://drive.google.com/drive/folders/137XUv1kRvIG0TO65UY3RFQxdZ6CM7sPw?usp=sharing>

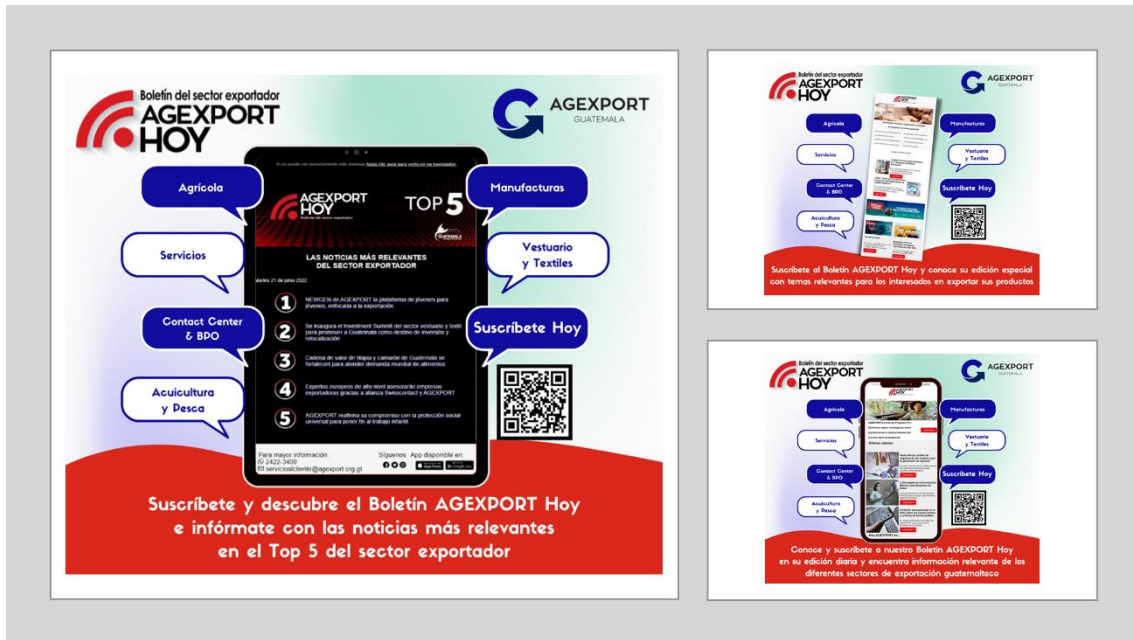
Figura 25.

Concepto creativo

Concepto Creativo	Resumen de Campaña
<ul style="list-style-type: none">• Suscríbete Hoy al Boletín AGEXPORT Hoy <p>Duración 6 semanas</p> <p>#BoletínAgexportHoy #AgexportHoy #ExportacionesGT</p>	<p>Se seguirá reforzando la identidad del Boletín Agexport Hoy utilizando el logo y colores institucionales.</p> <p>Los elementos principales serán imágenes de personas o dispositivos electrónicos en los cuales se podrá ver la información de los diferentes sectores de exportación, adicional se mostrarán los diferentes boletines para que el público los conozca.</p> <p>Se hará un llamado a la acción a través de los mensajes clave y el código QR con el concepto Suscríbete Hoy.</p> <p>Se colocará en los mensajes para las redes sociales el link del portal AGEXPORT Hoy y los hashtags aprobados.</p>

Fuente: elaboración propia

Figura 26.
Artes para Facebook



Fuente: elaboración propia

Figura 27.
Artes readecuados para Instagram



Fuente: elaboración propia

Figura 28.

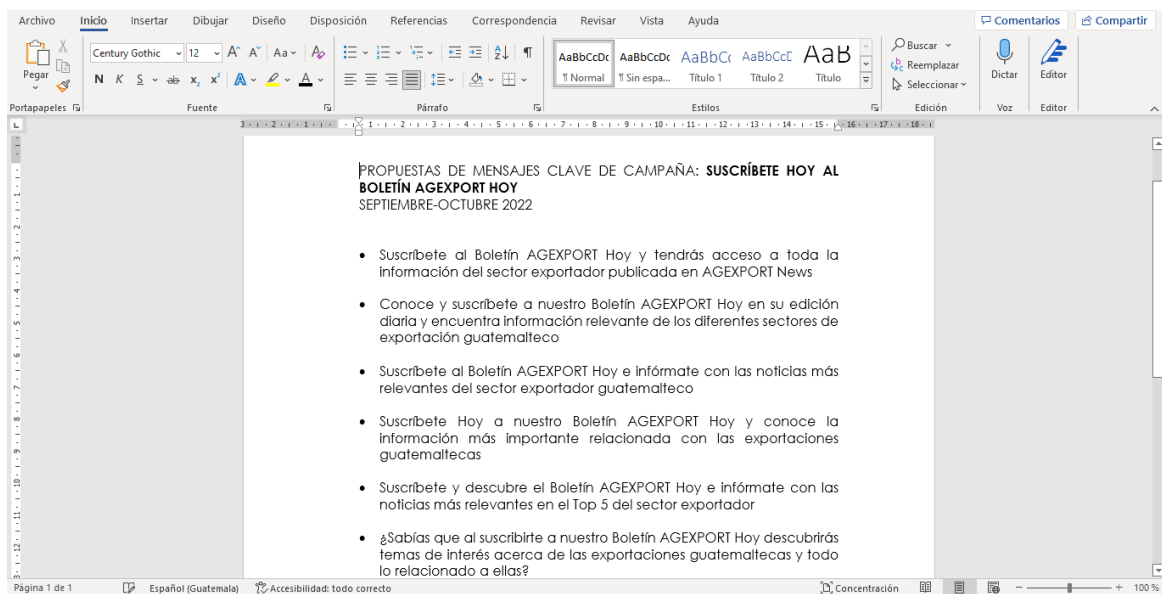
Historias para Facebook e Instagram



Fuente: elaboración propia

Figura 29.

Redacción de mensajes clave




Fuente: elaboración propia



Figura 30.

Mensajes para redes sociales, 6 semanas

 Campaña Suscríbete Hoy al Boleín Agexport Hoy Duración 6 semanas 						
Calendario para Facebook e Instagram						
SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2022						
Semana del 05 al 09 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¡Suscríbete hoy! Ingres a #AgexportHoy busca el botón de suscripción para recibir el #BoleínAgexportHoy allí podrás encontrar información, requisitos y tendencias de exportación		¿Quieres saber cómo está la circulación en las fronteras guatemaltecas? Ingres a #AgexportHoy y suscríbete a nuestro #BoleínAgexportHoy para seguir de cerca los temas de relevancia del sector exportador		Visita #AgexportHoy para suscríbete al #BoleínAgexportHoy descubrirás noticias relevantes y comunicados de las comisiones de AGEXPORT	
Semana del 12 al 16 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	El portal #AgexportHoy cuenta con el #BoleínAgexportHoy éste tiene diferentes ediciones, entre ellas la de opinión en la cual conocerás la pluma AGEXPORT de mano de los autores de la exportación ¡Suscríbete hoy!		¿Sabías que hay una edición del #BoleínAgexportHoy que exalta los logros de la mujer exportadora? Ingres a #AgexportHoy busca el botón de suscripción y estarás recibiendo las diferentes ediciones de nuestro boletín ¡Suscríbete hoy!		¿Sabías que AGEXPORT cumplió 40 años de promover las exportaciones guatemaltecas? Ingres a #AgexportHoy y suscríbete al #BoleínAgexportHoy para recibir la información relevante y actualizada del sector exportador	
Semana del 19 al 23 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¡Suscríbete hoy! Ingres a portal de noticias del sector exportador #AgexportHoy y busca el botón de suscripción al #BoleínAgexportHoy así podrás enterarte de los diferentes comunicados, noticias y webinar's de las comisiones de AGEXPORT		¿Quieres saber que está pasando con la comisión de laboratorios y su llamado de alerta? Visita #AgexportHoy y suscríbete al #BoleínAgexportHoy allí conocerás toda la información relevante de las diferentes comisiones del sector exportador		¿Te interesa saber de que habló la Comisión de Cosméticos e Higiénicos con el director nacional de Medicamentos de El Salvador? Ingres a #AgexportHoy busca el botón de suscripción al #BoleínAgexportHoy y recibirás todas las noticias relevantes de las diferentes comisiones de	
Semana del 26 al 30 de septiembre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¡Suscríbete hoy! Visita el portal de las noticias del sector exportador #AgexportHoy y busca el botón de suscripción al #BoleínAgexportHoy para conocer toda la información relacionada con las diferentes tendencias del mercado de las exportaciones de Guatemala		Ingres a #AgexportHoy y suscríbete al #BoleínAgexportHoy para conocer sus diferentes ediciones. Entérate y descubre el Top 5 de las noticias más relevantes del sector exportador guatemalteco		Visita el portal de noticias del sector exportador #AgexportHoy y encuentra en el #BoleínAgexportHoy las notas del mundo exportador en un solo lugar ¡Suscríbete hoy!	
Semana del 03 al 07 de octubre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¿Sabías que hay un #BoleínAgexportHoy dedicado a las mujeres exportadoras? Se publica 2 veces al año y en el se habla exclusivamente de los logros de las asociadas de AGEXPORT. Suscríbete y podrás recibir sus diferentes ediciones, ingresa al portal de noticias del sector exportador #AgexportHoy y busca el botón de suscripción		¿Quisieras leer las noticias del sector exportador en inglés? Ingres a #AgexportHoy y busca el botón de suscripción para nuestro #BoleínAgexportHoy así podrás recibir la edición AGEXPORT News. Allí encontrarás todo el contenido relevante de las exportaciones guatemaltecas		En el #BoleínAgexportHoy podrás enterarte del estado de las carreteras por donde circulan tus productos, ingresa al portal del periódico del sector exportador #AgexportHoy y suscríbete	
Semana del 10 al 14 de octubre						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
	¿Te enteraste de todo lo acontecido en Expomueble 2022? Ingres a #AgexportHoy y busca el botón de suscripción al #BoleínAgexportHoy así tendrás acceso a contenido interactivo relacionado con las diferentes comisiones y eventos de AGEXPORT y todo lo relacionado con las exportaciones guatemaltecas		¿Sabías que este año volvió a realizarse el Agritrade Expo & Conference, luego de suspenderse por la pandemia del COVID-19? Ingres a portal de noticias del sector exportador y suscríbete al #BoleínAgexportHoy allí encontrarás toda la información acerca de los diferentes eventos y webinar's de las comisiones de AGEXPORT		¿Sabías que el #BoleínAgexportHoy cuenta con 6 ediciones diferentes: el diario, el especial, el TOP 5, el AGEXPORT News, el del Comité de Mujeres Exportadoras y el de Opinión, para recibirlos ingresa a #AgexportHoy ¡Suscríbete hoy!	

Fuente: elaboración propia



3.1.4 Código QR para facilitar la suscripción y el acceso al Boletín AGEXPORT Hoy

3.1.4.1 Objetivo

Incrementar 10% los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy a través de una herramienta rápida y confiable que pueda redirigir al portal AGEXPORT Hoy para facilitar la suscripción.

3.1.4.2 Medio utilizado

El medio utilizado es electrónico a través de *Facebook* e *Instagram*, ya que se incluyó en los productos de las dos campañas realizadas para el Boletín AGEXPORT Hoy. Igualmente, con el código QR se tiene fácil acceso a páginas web y contenido seleccionado publicitario.

3.1.4.3 Presupuesto utilizado

Para mantener el código QR por un año se utilizó la inversión de Q.728.00. De esta forma se obtienen visualizaciones infinitas.

Tabla 32.

Presupuesto para elaboración de Código QR

No.		Precio	Financiamiento
1	Elaboración de Código QR	Q.650.00	Estudiante de EPSL
2	IVA 12%	Q. 78.00	Estudiante de EPSL

Fuente: elaboración propia

3.1.4.4 Resultados obtenidos

Se incluyó el Código QR en todos los productos derivados de las diferentes acciones y al igual que con el resto de los materiales se sigue a la espera de su revisión y posterior aprobación.

Capturas de evidencia de envío, diapositivas 9-12, 16

<https://drive.google.com/file/d/1PqzmnLsDtZepsVNsoo2rHQk54Dobj7F0/view?usp=sharing>

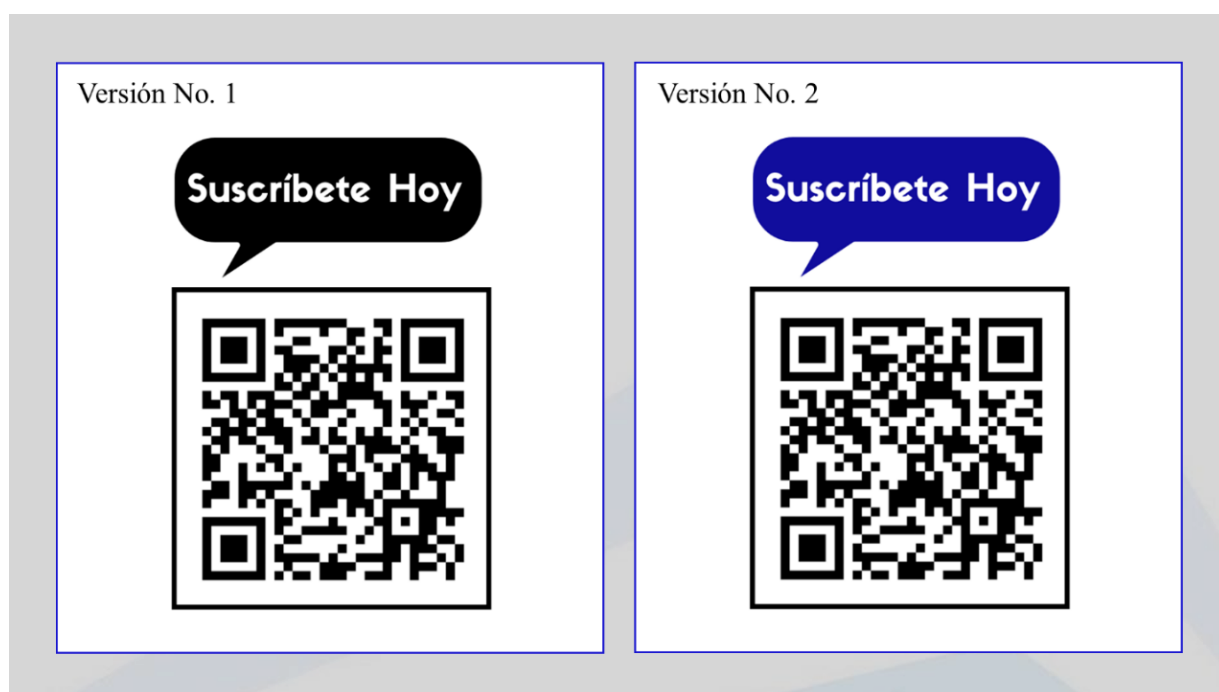
3.1.4.5 Evidencia del material

En el siguiente espacio se evidencian las dos versiones del Código QR, diferenciándose entre ellas por el color de la burbuja que llama a la suscripción. A continuación, se encuentra el enlace en el cual se puede visualizar y a su vez descargar para su posterior uso en otros productos del Boletín AGEXPORT Hoy.

https://drive.google.com/drive/folders/1Kq3GFqibzYqIFS9GMThbNm4XThGX_i0Y?usp=sharing

Figura 31.

Código QR



Fuente: elaboración propia



3.1.5 Cronograma general

Descripción de actividades	Enero	Febrero				Marzo					Abril				Mayo				Junio				
	Semanas																						
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Propedeúico del diagnóstico																							
Búsqueda de institución																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Envío de carta de solicitud de pasantía a la																							
Reunión con integrantes de Gerencia de Comunicación y estudiantes de EPSL																							
Carta de aceptación de práctica																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Observación de medios de comunicación externa de AGEXPORT																							
Pregunta de investigación y formulación de objetivos generales y específicos del diagnóstico																							
Reunión con Lcda. Gabriela Méndez																							
Reunión con Lcda. Raquel Müller, encargada del Boletín AGEXPORT Hoy																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Visita a AGEXPORT para observación y planteamiento de proyectos																							
Estructuración de metodología a utilizar																							
Elaboración y aplicación de instrumentos de recolección de datos																							
Entrevista con Lcda. Raquel Müller																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Redacción y entrega de diagnóstico																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Revisión de diagnóstico																							
Propedeúico del plan estratégico																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Entrega de papelería para inscripción en EPSL																							
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																							
Entrega Fase 2																							
Rediseño del logo para el Boletín AGEXPORT																							
Elaboración de campaña "Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy"																							
Elaboración de Código QR																							
Elaboración de campaña "Suscríbete Hoy al Boletín AGEXPORT Hoy"																							
Reunión y presentación de propuestas a la																							
Envío de propuestas a la institución																							



Descripción de actividades	Julio				Agosto					Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
	Envío de productos corregidos a la institución																
Propedeúico de la ejecución del plan																	
Supervisión con la institución																	
Implementación de campaña "Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy"																	
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																	
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																	
Elaboración de informe de ejecución																	
Entrega Fase 3																	
Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón																	
Reunión con coordinación de EPS																	
Implementación de campaña "Suscríbete Hoy al Boletín AGEXPORT Hoy"																	
Presentación con terna evaluadora																	
Integración de Informe Final de EPS de licenciatura																	
Antiplagio, corrección y estilo de IFEPS																	
Entrega de IFEPS a asesora Lcda. Brenda Chacón																	
Entrega de IFEPS a Bibliotecas y coordinación de EPS de licenciatura																	



Conclusiones

1. Se describe el proceso comunicativo del Boletín AGEXPORT Hoy, concluyendo que el emisor es parte fundamental del desarrollo de éste y aún más el receptor, del cual se necesita que proporcione una retroalimentación para lograr la efectividad del proceso.
2. El diagnóstico evidenció que el canal utilizado para distribuir el Boletín AGEXPORT Hoy, a pesar de tener gran alcance necesita ser diversificado, ya que a través de una muestra se logró determinar que a pesar de la distribución masiva no es leído o abierto.
3. El Boletín AGEXPORT Hoy necesita manejar su propia identidad visual, la cual debe ser socializada para poderla posicionar y diferenciar de otros productos comunicacionales de la institución.
4. El periódico digital AGEXPORT Hoy cuenta con dos herramientas valiosas para su difusión, éstas son el Boletín AGEXPORT Hoy y las alertas de último minuto.
5. La principal fortaleza del Boletín AGEXPORT Hoy es ser confiable para enterarse de noticias del sector exportador guatemalteco, único en su tipo.
6. Se realizó una encuesta para conocer la opinión de los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy y se envió a la base de datos de éste, pero no recibió la respuesta esperada, por lo que se toma como un indicio que de la amplia base de datos algunos receptores no lo abren.



Recomendaciones

1. Es necesario que el Boletín AGEXPORT Hoy tenga un nombre propio y esté bien identificado.
2. Es preciso cambiar de lugar el botón de suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy y hacerlo más visible en el portal AGEXPORT Hoy, para que sea más eficiente y logre aumentar su base de datos.
3. Implementar las campañas “Descubre el Boletín AGEXPORT Hoy” y “Suscríbete hoy al Boletín AGEXPORT Hoy” para fortalecer su identidad y fomentar la suscripción al mismo.
4. Hacer una renovación de la plantilla de algunas ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy para que éste logre un mejor posicionamiento en la mente de sus públicos y además se mantenga a la vanguardia en las diferentes tendencias de diseño y diagramación.
5. Implementar el Código QR en todos los productos derivados del Boletín AGEXPORT Hoy para que su uso sea más efectivo y se logre ampliar la base de datos.
6. Se recomienda implementar talleres o capacitaciones para los suscriptores del Boletín AGEXPORT Hoy, para que esto sea un aliciente y se fidelice a más personas.
7. Agregar la palabra boletín al asunto del correo en que se envía para que este tenga mayor impacto y se posicione como Boletín AGEXPORT Hoy.
8. Es necesario mantener presencia en redes sociales para crecer como marca y se deben realizar estrategias de comunicación y ejecución de proyectos para lograr una comunicación efectiva con los públicos externos de la institución.



Referencias bibliográficas

AGEXPORT (2021) *Memoria de Labores*. AGEXPORT.

AGEXPORT (2021) *Estrategia AGEXPORT 2021 – Alcanzando objetivos peldaño a peldaño*. Guatemala. AGEXPORT.

AGEXPORT (2022) *AGEXPORT Guatemala*. <https://export.com.gt/quienes-somos>

AGEXPORT (2022) *AGEXPORT Guatemala*. <https://export.com.gt/documentos/asamblea-2022/memorias-de-labores-2021/memoria-de-labores-division-de-relaciones-institucionales-y-comunicacion-2021.pdf>

AGEXPORT (2022) *Data Export*. <https://dataexport.com.gt/quienes-somos/>

AGEXPORT (2022) *AGEXPORT Hoy*. <https://agexporthoy.export.com.gt/nosotros/>

AGEXPORT (s.f.) Conozca AGEXPORT. *Portal oficial AGEXPORT*. <https://www.export.com.gt/inicio>

Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Barcelona: Editorial UOC.

Arias, J. L. (2020). *Métodos de Investigación Online*. Arequipa, Perú: s.e.

Arteaga, C.y González, M. (2001). *Diagnóstico*. Universidad Autónoma de México UNAM.

Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.

Baldwin, C. (2020) *Estrategia en Redes Sociales: Guía para 2021*. WSI. [Estrategia en Redes Sociales: Guía Para 2021 \(wsiworld.es\)](https://www.wsiworld.es/)

Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: El Ateneo

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3a. ed.). Colombia: Pearson Educación.

Bruno, D. (2022). *El Diagnóstico Comunicacional*. UNAD.



- Cabrera, C. M. (2014). *Campaña Comunicacional en Medios Digitales, Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Fajardo, G. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Galicia, G. B. (2014). *Cómo elaborar el plan de comunicación*. s.e.
- Galindo, L. J. (2022). *La metodología de encuesta*. Logman.
- García Aceytuno, L. M. (2021). *Diagnóstico y Plan Estratégico de Comunicación Externa de la Asociación Guatemalteca de Exportadores -AGEXPORT-*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- García Lara, Y. V. (2021). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para la revista DataExport de la Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT*. Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gómez, I. (2004). *¿Qué es el FODA?* México: CONAMYPE
- Google Maps (2022) *Ubicación geográfica*. <https://www.google.es/maps/?hl=es>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014) *Metodología de la investigación*. 6ta ed. México: McGraw Hill.
- Jakobson, R. (1985). *Lingüística y poética* (3era. ed.). Madrid, España: Ediciones Cátedra, S.A
- Lemus, R. (2000). *La investigación en la comunicación organizacional*. [Tesis de licenciatura] Universidad Rafael Landívar
- López, F. (2002) El análisis de contenido como método de investigación. *Uhu.es*. 4(1); 1-8.
- López, N. (2002) El análisis de contenido como método de investigación. *En clave pedagógica*. 21(4); 167 – 179.
- Matilla, K. (2018). *Plan Estratégico de Comunicación*. Barcelona: Editorial UOC

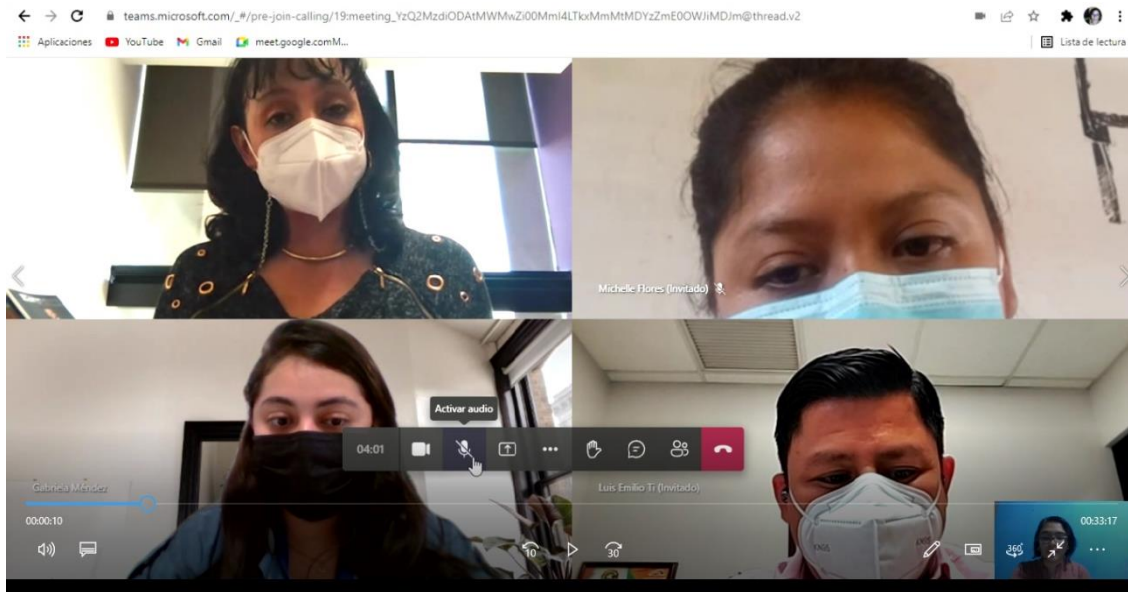


- Méndez, W. Y. (2016). *Estrategias para fortalecer la comunicación en el equipo de Ventas del Departamento de Comercialización y Servicio al Cliente de Agexport*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Movimiento Guatemala (2022) *Guatemala Beyond Expectations*.
<https://guatemalabeyondexpectations.com/movimiento/>
- Oxfam. (2014). *¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación social?* Lima: Servicios Gráfica Goicochea E.I.R.L.
- Piloña, G. A. (2012). *Manual práctico para el estudio y aplicación de los métodos estadísticos*. Guatemala: GP Editores.
- Ponce, H. (2022). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Universidad Autónoma de México UNAM.
- Ramírez, C. (2020). Importancia del alcance de las publicaciones en redes sociales. *Futurité*.
<https://futurite.com/blog-marketing-digital/importancia-del-alcance-de-las-publicaciones-en-redes-sociales/>
- Ríos, E., Páez, H. y Barbos, J. (2020) *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento*. REDIPE Red iberoamericana de pedagogía.
- Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Limusa, S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores.
- Tot, K. J. (2021). *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna para el Periódico digital AGEXPORT Hoy de AGEXPORT*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Vides, A. R. (2018). *Opinión Pública sobre el Trabajo Social y Rural de AGEXPORT*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Villatoro, A. (2017) *Manual de Inducción*. Guatemala. AGEXPORT.

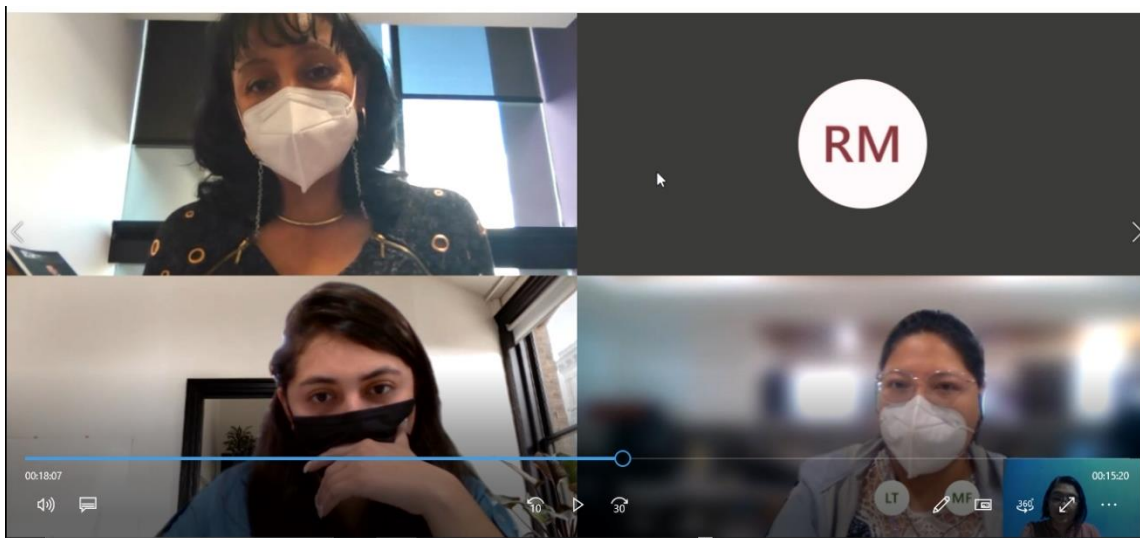


Anexos

Anexo 1. Reunión de estudiantes de licenciatura con Lcda. Marlene Martínez



Anexo 2. Integrantes de Gerencia de Comunicación





Anexo 3. Guía de observación

Guía de observación

Elaborado por:

Angélica María Rivas

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura – EPSL 2022

Observe, analice y documente con imágenes y notas

Fuentes observables: página web, revistas internas, manuales de procedimientos, planes estratégicos empresariales, cartelera informativa, recorridos guiados.

Nombre de la institución: **Asociación Guatemalteca de Exportadores -AGEXPORT-**

Fechas de observación: 18 de febrero al 02 de marzo de 2022

A través de página web, reunión virtual en que nos presentaron al equipo que conforma la Gerencia de Comunicación. Reunión virtual con Analista de Comunicación. Reunión con Especialista de Medios, encargada de AGEXPORT Hoy y su herramienta el Boletín AGEXPORT Hoy. Recorrido guiado por las instalaciones de la institución, en el cual conocimos personalmente a la Gerente de Comunicación junto a todo su equipo de colaboradoras.

Identidad o Cultura Corporativa: Permite conocer la estructura de la organización, políticas y filosofía.

Variable a observar	Si	No	Notas
Plan estratégico empresarial o corporativo	x		No está disponible para personas ajenas a AGEXPORT, pero hicieron una excepción y nos compartieron el del 2021 para observar los objetivos institucionales.
Misión	x		Visible en instalaciones, página web y manual de inducción
Visión	x		Visible en instalaciones, página web y manual de inducción



Objetivos institucionales o corporativos	x		Cada año plantean nuevos objetivos, para efectos de este estudio se utilizarán los de la estrategia AGEXPORT 2021
Valores	x		Visible en el manual de inducción
Filosofía		x	
Organigrama	x		Poseen un documento donde está el organigrama general, detallando cada sector y gerencia.

Identidad Visual

Variable a observar	Si	No	Notas
Logotipo	x		Visible y presente en medios electrónicos y canales digitales, instalaciones y la fachada de la institución.
Marca	x		Visible
Colores institucionales definidos y visibles en sus publicaciones	x		Si, visible en papelería e imagen institucional, manejan colores por departamento.
Slogan		x	

Elementos materiales

Materiales • Tecnología • Instalaciones • Recursos financieros

Variable a observar	Si	No	Notas
Tecnología	x		Cada colaborador tiene computadora para realizar sus labores, no hay teléfonos. Las instalaciones están automatizadas, el acceso a las instalaciones es a través de tarjetas con chip, el sistema eléctrico es a través de sensores de movimiento que se encienden al detectarlo.
Instalaciones Propias, alquiladas Construcción formal	x		Las instalaciones de Agexport son propias y tienen una construcción formal. Están ubicadas en la zona 13 capitalina en un área accesible y



	<p>Después de la pandemia hubo algún cambio en la gestión del trabajo (presencial-teletrabajo)</p> <p>Las instalaciones están en área geografía adecuada, segura, accesible.</p> <p>Señalética apropiada según códigos y símbolos internacionales y circunstanciales como COVID19</p>		<p>segura. Cuentan con parqueo para empleados y visitas.</p> <p>Los gerentes ocupan oficinas y el resto de los colaboradores utilizan cubículos manteniendo el distanciamiento social.</p> <p>Al inicio de la pandemia, trabajaron de manera virtual pero este 2022 están trabajando de manera presencial en horario de 8:30 a 17:30 horas con estrictos protocolos de bioseguridad.</p> <p>El personal no utiliza uniforme, pero si viste de manera formal.</p>
	Recursos financieros	x	Se obtienen de aportes de los asociados y utilizan convenios, alianzas, entre otros

Identidad visual (observar si es notoria en todos los espacios físicos y electrónicos de los que dispone la organización. Vehículos, instalaciones, papelería de oficina, publicidad, redes sociales, página web, uniformes de empleados, señalética)

Variable a observar	Si	No	Notas
Logotipo	x		Visible y presente en medios electrónicos y canales digitales, instalaciones y la fachada de la institución.
Marca	x		Visible
Colores institucionales definidos y visibles en sus publicaciones	x		Si, visible en papelería e imagen institucional, manejan colores por departamento.
Slogan		x	



Gestión de la comunicación:

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Plan estratégico de comunicación	x		No está disponible para personas ajenas a AGEXPORT, pero hicieron una excepción y nos compartieron el del 2021 para observar los objetivos institucionales.
	Departamento de Comunicación	x		Está formado por un Gerente de Comunicación, un Analista de Comunicación, un Especialista de Medios y un Editor de Publicaciones.
	Departamento de RRHH	x		Está formado por un Gerente de Gestión Humana, un Coordinador Administrativo, un Coordinador de Desarrollo Organizacional, un Coordinador Junior de Cultura Organizacional, Comunicación Interna y SSO, un Analista de Compensación y Beneficios, un Analista de DO y un Médico.



Gestión de la comunicación interna (aspecto operativo, mide el grado de efectividad de la comunicación formal e informal.

Medios y canales: Permite identificar y evaluar la calidad de los distintos canales y soportes tecnológicos de la organización.

Variable a observar	Si	No	Notas
Flujos de la información: Vertical <ul style="list-style-type: none"> ● Descendente ● Ascendente Horizontal	x x		Por ser una institución organizada la comunicación se da en forma vertical descendente. También se da de forma horizontal entre las diferentes gerencias.
Medios y canales internos formales: <ul style="list-style-type: none"> ● Correo institucional ● Intranet ● Red social interna ● Reuniones virtuales a través de plataformas ● Reuniones presenciales ● Circulares/oficios ● Grupos de mensajería instantáneas ● Boletines informativos ● Buzón interno para sugerencias ● Revistas internas ● Carteleras informativas ● Teléfono PBX, celulares ● Grupos de WhatsApp 	x x x x x x x x x x x x	x x x	Cada colaborador de AGEXPORT tiene su correo institucional y es el principal medio de comunicación interna. Realizan reuniones cara a cara y virtuales a través de la plataforma <i>teams</i> para reuniones internas y <i>zoom</i> para la comunicación externa. No utilizan teléfono de planta, las llamadas le llegan al celular. <i>Cisco Jaber</i> Grupos de <i>whatsapp</i> Para la comunicación externa se utilizan las redes sociales, medios de comunicación tales como el periódico digital AGEXPORT HOY, la revista <i>DataExport</i> y página web institucional que



				cuenta con documentos como el código de ética de la institución, memoria de labores y planificaciones por año de cada departamento.
	Comunicación informal Rumores			No fue posible observar

Clima laboral o clima organizacional (diseño ambiente que analiza el estado de ambiente, diálogo organizacional, sentimientos, emociones, motivación, conductas)

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Ruidos y Barreras Ambientales		x	No se logró observar
	Psicológicos		x	No se logró observar
	Administrativos		x	No se logró observar
	Tecnológicos/físicos		x	No se logró observar

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Sentido de pertenencia	x		Los colaboradores de la institución tienen un alto valor de identificación con la identidad corporativa de AGEXPORT.
	Cultura de la calidad	x		Se da el trabajo en equipo y se identifican con la misión y visión de la institución.
	Participación y trabajo en equipo	x		Hay trabajo en equipo en cada departamento de la institución para cumplir metas y objetivos.
	Manejo del rumor		x	No se logró observar
	Promoción de la cultura organizacional	x		Se da a través del seguimiento de las normas y valores de la institución, que hacen que trabajar en AGEXPORT sea agradable.



Estabilidad laboral	x		Hay empleados que cuentan con varios años de laborar en la institución.
Servicios salud integral	x		La institución tiene un médico de planta
Protocolo Covid19	x		Se manejan todos los protocolos como uso de mascarilla, distanciamiento social, medición de temperatura, etc.
Beneficios adicionales a ley		x	
Seguridad Industrial	x		
Capacitaciones	x		Hacen capacitaciones para colaboradores y para socios.
Políticas de desarrollo laboral	x		
Incentivos económicos /premios y reconocimientos por logro de objetivos	x		Les dan reconocimientos por cumplimiento de objetivos y metas.
Celebraciones internas	x		
Política de puertas abiertas	x		
Ambientes de trabajos adecuados	x		
Código de vestuario (uniforme)		x	Vestimenta formal

Ámbito de Comunicación Externa

Variable a observar	Si	No	Notas
Campanas de comunicación a través de medios masivos (radios, prensa, tv, internet, revistas especializadas)	x		Se manejan a través de comunicados, por esta razón las noticias que salen de la institución son compartidas con los medios de comunicación para generar publicaciones orgánicas.
Medios y canales	x		Cuentan con el periódico digital AGEXPORT HOY y la revista <i>DataExport</i> para dar a conocer toda la información del sector exportador.



			<p>AGEXPORT HOY tiene como producto el boletín del sector exportador, que cuenta con más de 6000 suscriptores.</p> <p>Utilizan las diferentes redes sociales: <i>Facebook, Instagram, Twiter, Youtube, Linkedin</i> y correo electrónico como canales de comunicación externa.</p>
	Página Web	x	<p>https://export.com.gt</p> <p>En esta página se puede encontrar información acerca de los sectores de exportaciones y sus diferentes comisiones, Misión, Visión. También un apartado de intranet para la comunicación externa. También se encuentran anclados los medios de comunicación externa AGEXPORT HOY y la revista Data Export.</p>
	Redes sociales: Observar y analizar tono de mensajes, como se explica en el documento.	x	<p><i>Facebook, Instagram, Twitter, Youtube</i></p> <p>Publicaciones en su mayoría orgánicas, para promocionar eventos, seminarios o capacitaciones que brinda la empresa a sus asociados.</p>
	Revistas digitales	x	<i>DataExport,</i>
	Revista impresa	x	<i>DataExport</i>
	Periódicos digitales	x	AGEXPORT HOY
	Canal de TV (youtube)	x	Cafecito exportador
	Radio en línea o programas de radio	x	AGEXPORT Podcast
	Blogs informativos	x	En la página web de la institución se plantean temas de interés.
	Campaña de Relaciones Públicas	x	Manejan campañas de relaciones públicas para sus asociados.



	Campanas de comunicación a través de medios alternativos: (congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)	x		La institución distribuye información a través de capacitaciones, seminarios, <i>webinars</i> , su feria Agritrade.
--	---	---	--	---

Ámbito de Responsabilidad Social Empresarial

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Estrategias de responsabilidad social empresarial	x		Promueven la separación de desechos y el sistema eléctrico utiliza sensores de movimiento para encenderse únicamente cuando sea necesario.
	Patrocinios		x	No se logró observar
	Donaciones		x	No se logró observar
	Alianzas con sector social y educativo, ambiental, cultural	x		Tiene alianzas con las que genera proyectos de ayuda social.

Manejo de Crisis

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Estrategia para manejo de crisis	x		No está disponible para personas ajenas a AGEXPORT
	Manual de Crisis	x		No está disponible para personas ajenas a AGEXPORT
	Otros			



Anexo 4. Encuesta para saber la percepción del público de AGEXPORT HOY y su herramienta el Boletín AGEXPORT Hoy

<p>docs.google.com/foi</p> <h3>Percepción que tiene el público del periódico digital AGEXPORT Hoy y sus herramientas de comunicación</h3> <p>La siguiente encuesta es para identificar la percepción que tiene el público del periódico digital AGEXPORT Hoy y sus herramientas de comunicación. Su fin es propiamente académico como parte del proceso de EPSL 2022, le llevará 5 minutos responderla.</p> <p>rivasangle7.82@gmail.com (no se comparten) Cambiar cuenta</p> <p>*Obligatorio</p> <p>Rango de edad *</p> <p><input type="radio"/> 18-27 años</p> <p><input type="radio"/> 28-37 años</p> <p><input type="radio"/> 38-50 años</p> <p><input type="radio"/> Mayor de 50 años</p>	<p>docs.google.com/foi</p> <p>¿Cuál es su género? *</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Femenino</p> <p><input type="radio"/> Prefiero no decirlo</p> <p>Lugar de residencia *</p> <p><input type="radio"/> Ciudad de Guatemala</p> <p><input type="radio"/> Municipios aledaños a la ciudad de Guatemala</p> <p><input type="radio"/> Departamentos del interior de la república</p> <p><input type="radio"/> Otros: _____</p> <p>Escolaridad</p> <p><input type="radio"/> Primario</p> <p><input type="radio"/> Secundario</p> <p><input type="radio"/> Nivel medio</p> <p><input type="radio"/> Nivel superior</p>	<p>docs.google.com/foi</p> <p>¿Por qué medio se informa acerca de exportaciones e importaciones de Guatemala?</p> <p><input type="checkbox"/> Televisión</p> <p><input type="checkbox"/> Radio</p> <p><input type="checkbox"/> Periódicos</p> <p><input type="checkbox"/> Revistas</p> <p><input type="checkbox"/> Sitios web</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales</p> <p><input type="checkbox"/> Boletines digitales</p> <p>¿Ha visitado el portal del periódico digital AGEXPORT HOY?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Si ha visitado el portal del periódico digital AGEXPORT HOY: ¿Qué le parece más atractivo?</p> <p><input type="checkbox"/> Logo</p> <p><input type="checkbox"/> Distribución</p> <p><input type="checkbox"/> Colores</p> <p><input type="checkbox"/> Contenido</p>
<p>docs.google.com/foi</p> <p>¿Con qué frecuencia visita el portal del periódico digital AGEXPORT HOY?</p> <p><input type="radio"/> Diariamente</p> <p><input type="radio"/> Semanalmente</p> <p><input type="radio"/> Mensualmente</p> <p>¿Recomendaría el periódico digital AGEXPORT HOY?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>¿Cree que el Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY es lo mismo que el periódico digital AGEXPORT HOY?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Si la respuesta a la pregunta anterior es sí, responda: ¿Por qué lo cree así?</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>docs.google.com/foi</p> <p>¿Considera que la estructura del Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY, es fácil de comprender?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>¿Qué contenidos le gustaría leer en el Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY?</p> <p>Tu respuesta _____</p> <p>¿Le gustaría compartir el Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY con algún amigo?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>De ser sí, su respuesta a la pregunta anterior, puede escribir el correo de la persona con quien quiere compartirlo.</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>docs.google.com/foi</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>¿Qué contenidos le gustaría leer en el Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY?</p> <p>Tu respuesta _____</p> <p>¿Le gustaría compartir el Boletín del sector exportador AGEXPORT HOY con algún amigo?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>De ser sí, su respuesta a la pregunta anterior, puede escribir el correo de la persona con quien quiere compartirlo.</p> <p>Tu respuesta _____</p> <p>Sugerencias AGEXPORT HOY</p> <p>Tu respuesta _____</p>

Anexo 5. Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria y evidencia de encuesta enviada por este medio.

Periódico digital del sector exportador

MIÉRCOLES 16 DE MARZO 2022

Estos son los pasos para aplicar a un empleo en la industria de Contact Center

[Leer más »](#)

Últimas noticias

Subsidiarán dos tipos de combustibles en Guatemala

Derivado del alza en precios de los combustibles en las últimas semanas, el Congreso...

[Leer más »](#)

25 años liderando un laboratorio dedicado al análisis de suelo para las agroindustrias

Margarita Hurtarte, fundadora y Gerente de Agrolaboratorio CERES ha liderado junto a su esposo...

[Leer más »](#)

Se reforma el Reglamento de la Ley de Zonas Francas

Hacemos de su conocimiento que fue publicado en el Diario Oficial, el Acuerdo Gubernativo No. 85-2022...

[Leer más »](#)

Hoy AGEXPORT en...

- Soy 502/ [Subirán los precios de los productos de consumo diario](#)
- El Periódico/ [Sector de Contact Center & BPO ofrece plazas de empleo y becas](#)
- Canal Antigua/ [Feria del Empleo de Agexport se realizará el 17 de marzo](#)
- [Encuesta AGEXPORT Hoy](#)

Periódico digital del sector exportador

VIERNES 18 DE MARZO 2022

Guatemala se convierte en miembro fundador de la Federación Latinoamericana de Cámaras y Asociaciones Empresariales de Salud

[Leer más »](#)

Últimas noticias

Guatemala cuenta con el 1er. laboratorio móvil que evalúa la calidad del aire

En 2006, como resultado de un emprendimiento familiar y por una inquietud de ofrecer...

[Leer más »](#)

¿Cuáles son los factores que determinan el precio de un producto o servicio?

Si busca potencializar sus productos o servicios haciéndolos rentables o competitivos a la vez, el Buró...

[Leer más »](#)

Presentan estrategias para promover el turismo en la Ciudad de Guatemala

La Municipalidad de Guatemala y el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, firmaron un convenio...

[Leer más »](#)

Hoy AGEXPORT en...


- Encuesta [AGEXPORT Hoy](#).
- TV Azteca/ [¿Buscando trabajo? Feria de empleo virtual donde ofrecen más de mil plazas](#)
- Perspectiva/ [Guatemala se convierte en miembro fundador de la Federación Latinoamericana de Cámaras y Asociaciones Empresariales de Salud](#)



Anexo 5. Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria y evidencia de encuesta enviada por este medio.

AGEXPORT HOY
Periodico digital del sector exportador


LUNES 21 DE MARZO 2022.



Pruebas de Aptitud: La herramienta para el control estratégico de calidad de los laboratorios

[Leer más »](#)


Últimas noticias



Conflicto en Ucrania afecta diferentes sectores del transporte marítimo en el mundo

El impacto de la guerra entre Rusia y Ucrania, así como las sanciones internacionales en la exportación...


[Leer más »](#)



La Comisión de Turismo Sostenible de AGEXPORT visitó Alta Verapaz con el objetivo de fortalecer el mercado de las Mipymes relacionadas al turismo

Con el objetivo de presentar los resultados del proyecto www.visitaltaverapaz.com y el plan de trabajo...

[Leer más »](#)



La relevancia del etiquetado de alimentos en la inocuidad alimentaria

Resulta común, hoy más que nunca, que las personas efectúen sus decisiones de compras basados...

[Leer más »](#)

Hoy AGEXPORT en...

- Prensa Libre/ [El conflicto Rusia-Ucrania ha provocado alzas de precios de algunos commodities, pero eso beneficia a varios sectores/](#)
- La Hora/ [Para cambiar una realidad, hay que conocerla: el caso de Alta Verapaz/](#)
- Diario de Centroamérica/ [Guatemala se adhiere a Cámaras y Asociaciones Empresariales de Salud/](#)
- Encuesta [AGEXPORT Hoy](#)

AGEXPORT HOY
Periodico digital del sector exportador

LUNES 18 DE ABRIL 2022.



AGEXPORT a través del Programa Pro-Resiliencia realizó investigación sobre el potencial de la oferta productiva del Corredor Seco de Guatemala

[Leer más »](#)

Últimas noticias



Venta directa, modelo de negocios de alto impacto para la generación de ingresos

La venta directa nació en 1855 y desde esa fecha las empresas de esta industria comercializaron...

[Leer más »](#)



3 Estrategias de Comunicación Efectiva para Empresas de Salud

La comunicación es una herramienta esencial para conectar, especialmente para las empresas...

[Leer más »](#)



Invitación para participar en el taller sobre las nuevas normas y políticas de Facebook/Meta

El Comité de Mujeres Exportador de AGEXPORT con el apoyo de la Comisión de Economía...

[Leer más »](#)

Hoy AGEXPORT en...

- Encuesta AGEXPORT Hoy/ [Queremos conocer su opinión](#)
- Prensa Libre/ [Agenda de Negocios / Pág.14.](#)
- Quinto Poder/ [AGRITRADE, EXPO & CONFERENCE 2022, el evento que afianzará al sector agrícola guatemalteco/](#)



Anexo 6. Boletín AGEXPORT Hoy, edición especial y evidencia de encuesta enviada por este medio.



Guatemala, 23 de marzo 2022.



Para tener un negocio en industrias creativas solo debe cumplir un requisito

Para determinar cuánto nos cuesta traer un cliente al pie de nuestra tienda real o virtual debemos visualizar el famoso embudo de ventas o fases de transformación de un desconocido a un cliente, además es clave tomar	una decisión informada de los aspectos que quieres medir; en otras palabras crear una métrica personalizada que se ajuste a la medida de tu negocio, empleando el siguiente concepto, luego convierte, está en un estándar propio.
--	--

LO QUE NO PODÍA FALTAR



31 de marzo, último día para que empresas 29-89 presenten el ISR anual ante SAT

Antes del 31 de marzo de 2022, las empresas que se dedican a la actividad exportadora y de maquila bajo el...

[Leer más»](#)

Participe en el taller de Asesoría Especializada en Salud y Seguridad Ocupacional

Asesorías Especializadas de AGEXPORT presenta el Taller de Asesoría Especializada en Salud y Seguridad...



[Leer más»](#)



¿CÓMO PREPARARSE PARA AFRONTAR LA CRISIS DE CONTENEDORES EN GUATEMALA?

Export



Un repaso de la IX legislatura y lo que nos espera para el 2022

La actual legislatura del Congreso de la República de Guatemala, integrada por aproximadamente...

[Leer más»](#)



Azúcar de caña o remolacha y sacarosa químicamente pura entre los principales productos exportados en enero 2022

La Unidad de Inteligencia de Mercados de AGEXPORT...

[Leer más»](#)

Hoy AGEXPORT en...

- PortalFruticola.com/ Guerra provoca alzas de precios de algunos commodities, pero beneficia a sectores guatemaltecos/
- Codeist/ Guatemala lidera esfuerzo regional enfocado en Turismo de Salud y Bienestar/
- Encuesta AGEXPORT Hoy/ Queremos conocer su opinión.



Anexo 7. Boletín AGEXPORT Hoy, edición Top 5

Si no puede ver correctamente este mensaje [haga clic aquí para verlo en su navegador.](#)



AGEXPORT HOY
Noticias del sector exportador



TOP 5



GUATEMALA

LAS NOTICIAS MÁS RELEVANTES DEL SECTOR EXPORTADOR

Martes 21 de junio 2022.

- 1** NEWGEN de AGEXPORT la plataforma de jóvenes para jóvenes, enfocada a la exportación
- 2** Se inaugura el Investment Summit del sector vestuario y textil para promover a Guatemala como destino de inversión y relocalización
- 3** Cadena de valor de tilapia y camarón de Guatemala se fortalecen para atender demanda mundial de alimentos
- 4** Expertos europeos de alto nivel asesorarán empresas exportadoras gracias a alianza Swisscontact y AGEXPORT
- 5** AGEXPORT reafirma su compromiso con la protección social universal para poner fin al trabajo infantil

Para mayor información:
☎ 2422-3400
✉ servicioalcliente@agexport.org.gt

Síguenos App disponible en:



Anexo 8. Boletín AGEXPORT Hoy, edición Opinión-Plumas AGEXPORT



PLUMAS AGEXPORT
JUEVES 31 DE MARZO 2022



Vinicio González



Ana Contreras

Opinión por: Vinicio González, AXXIST-Empresa Socia de la Comisión de Economía Naranja de AGEXPORT

El Metaverso: ¿Cuáles son sus implicaciones laborales?

El metaverso será un ecosistema que de forma virtual e inmersiva nos permita entre otras...

[ver más»](#)

Opinión por: Ana Contreras, Asesora Legal de la Gerencia de Competitividad de AGEXPORT

Importancia del acceso a financiamiento en la atracción de nuevas inversiones

La dinámica de funcionamiento y la forma de operación de las empresas cambió...

[ver más»](#)

Nota destacada

El éxito nace de las ideas, pero se alcanza con las acciones



Paola Álvarez



Felipe González

Opinión por: Paola Álvarez, Gerente de Promoción Comercial de AGEXPORT

Nuevo escenario de negocios

Los negocios internacionales no son la excepción en el cambio del entorno que hemos...

[ver más»](#)

Opinión por: Felipe González, Central Law y Socio de la Comisión de SIEX de AGEXPORT

Atracción de inversión a Guatemala: Ahora es cuando

La pandemia de la COVID-19 ha traído consigo varios cambios. Desde el uso obligatorio...

[ver más»](#)

AGEXPORT Guatemala, 15 avenida 14-72 zona 13, Ciudad de Guatemala

Usted recibió este mensaje porque se suscribió al boletín de AGEXPORT HOY de AGEXPORT Guatemala. Si ya no desea continuar recibiendo estos mensajes puede [darse de baja aquí](#)

Anexo 9. Boletín AGEXPORT Hoy, edición Comité de Mujeres Exportadoras

Mujeres en la Exportación

La participación de las mujeres en las exportaciones de Guatemala

En el 2019 se creó el Comité de Mujeres Exportadoras de AGEXPORT para fortalecer el trabajo de mujeres exportadoras y apoyarlas con el liderazgo y el conocimiento que necesitan para lograr un crecimiento sostenido y el desarrollo de sus negocios.

Mujeres exportadoras líderes y protagonistas en el comercio exterior.
 En esta edición, presentamos a una mujer exportadora.

¿Por qué de la acción de mujeres exportadoras?
 El día internacional de la mujer se celebra el 8 de marzo.

Encuentra con Marlene Tzuc y sus historias que nos enseñan y nos inspiran.
 Encuentra Marlene Tzuc y sus historias que nos enseñan y nos inspiran.

[Leer más >](#)
[Leer más >](#)
[Leer más >](#)

[Ver más >](#)



Anexo 10. Propuesta de logo modificado en el membrete del Boletín AGEXPORT Hoy, edición diaria

Si no puede ver correctamente este mensaje [haga clic aquí para verlo en su navegador.](#)

Boletín del sector exportador
**AGEXPORT
HOY**

LUNES 7 DE MARZO 2022



Guatemala ya cuenta con una nueva aerolínea bandera [Leer más »](#)

Últimas noticias



Verificarán precios de combustible en Guatemala
Durante esta semana, el Ministerio de Energía y Minas (MEM), liderará una serie de operativos para verificar...
[Leer más »](#)



Mujer 360 grados: Vive, trabaja y aprende
Este 8 de marzo en nuestro conversatorio de mujer exportadora 2022, abordamos desde una...
[Leer más »](#)



¿Qué sucede con la relación comercial entre Guatemala Rusia/Ucrania?
AGEXPORT ha estudiado el impacto que podría tener en dos vías; el primero son las sanciones...
[Leer más »](#)

Hoy AGEXPORT en...

- Prensa Libre/Agenda de Negocios/ Pág 17
- Iberonews/ [Se buscan mujeres exportadoras en Guatemala/](#)



AGEXPORT Guatemala, 15 avenida 14-72 zona 13, Ciudad de Guatemala

Usted recibió este mensaje porque se suscribió al boletín de AGEXPORT HOY de AGEXPORT Guatemala. Si ya no desea continuar recibiendo estos mensajes puede [darse de baja aquí](#)



Anexo 11. Cotización AD Grupo 360 Grados, S.A.



COTIZACIÓN

Grupo 360 Grados, S.A. Oficina Operativa Vía 4 1-00 Zona 4
Nit: 9042596-0 Edificio Campus Tec III Oficina 708 Nivel 7
Oficina Administrativa 10 Av. 22-20 **Tel: +502 22967975**
Condominio Alamedas de San Gabriel, **ventas@agenciadigital.com.gt**
Zona 2 Guatemala. **www.agenciadigital.com.gt**
PBX: +502 2460-7788

Fecha de la Cotización : 10 mayo 2022
Términos de pago: Pagadero a la recepción

#	Artículo & Descripción	Cant.	Tarifa	Cantidad
1	Creatividad Concepto estratégico Identificación de Insight Propuesta de marca Propuesta de valor Concepto creativo Personalidad de la marca Tono de la marca Voz de la marca Arquetipo de marca Storytelling Key Visuals Propuesta de lanzamiento Directrices para sostenimiento de la estrategia Solo una vez*	1.00	5,500.00	5,500.00
2	001-001 Marketing Digital ADMINISTRACIÓN DE PLATAFORMAS (Dos redes) Facebook - Instagram Gestión basada en concepto creativo y estrategia Diseño de 10 artes al mes Adaptaciones para instagram (1 cover, 8 post estáticos, 1 gifs, 2 stories) Servicio al cliente respondiendo a la comunidad (según información proporcionada por cliente) Reporte mensual de resultados y análisis de data. 1 reunión mensual	1.00	4,000.00	4,000.00
3	001-001 Marketing Digital ADS Facebook Tráfico CPC (News Feed, Call to Action) Awareness CPM (News Feed) Posible universo alcanzado 2MM	1.00	450.00	450.00
4	INSTAGRAM Tráfico CPC (News Feed, Call to Action) Awareness CPM (Historias) Posible universo alcanzado 2.6MM	1.00	450.00	450.00
				Subtotal
				10,400.00
				IVA (12%)
				1,194.00
				TIMBRE DE PRENSA (0.5%)
				47.50
				Total
				GTQ 11,641.50

Términos y condiciones

Contrato, acuerdo inicial por un año en la administración mensual
Forma de pago: 5 primeros días hábiles del mes
Se sugiere tener una breve capacitación para el conocimiento de los productos y beneficios
La grilla de contenidos se planifica con un mes de anticipación
Inversión en pauta se divide en 70% directo a la red social y 30% para implementación y optimización de la misma
Contamos con Visa cuotas y Cuotas credomatic



Anexo 12. Cotización JGM Agencia Digital

Guatemala, 11 de mayo de 2022

Con atención a : Angelica Rivas

A continuación detallo cotización de Servicios de gestión de Redes sociales y servicio de Community Manager

1. Diagnóstico de situación actual de gestión de redes sociales, (2 máximo)
2. Análisis de gestión de redes sociales de la competencia.
3. Elaborar el plan de social media, objetivos, estrategia, etc.
4. Recopilar, seleccionar y diseñar material visual para elaboración de publicaciones.
5. Elaboración de calendario de publicaciones.
6. Publicación de contenidos, según calendarización aprobada. (3 post semanales)
7. Atención a los usuarios, respuestas a comentarios, mensajes privados, opiniones.
8. Implementar acciones de crecimiento de la comunidad: comentarios, preguntas, Likes
9. Presentación y análisis de informes.
10. Preparación de campañas de publicidad, presupuesto, diseño, puesta en marcha, informes

Costo de Inversión: Q. 4,500.00 mensuales

Observaciones:

- El costo por manejo de mas de 2 redes sociales se eleva.
- Las campañas de publicidad no están incluidas en el costo
- Los materiales deben ser aprobados con 2 días de anticipación a su publicación.
- Post Extra se cobra por separado
- Videos institucionales, reels de instagram o stories tienen un costo extra

Sin mas que agregar quedamos a sus ordenes y a la espera de su confirmación

Atentamente,

Jéssica Ruano
Publicista Profesional
Tel. 45541555
jessiruano33@gmail.com



Anexo 13. Cotización *Monkeys Digital*

COTIZACIÓN

Monkeys

DIGITAL

13 AVENIDA HINCAPIE 3-49
CIUDAD GUATEMALA

ESCRIBENOS POR WHATSAPP
3268-0836

CONOCE NUESTRO PORTAFOLIO
monkeyscorp.com

Detalles de Manejo de Redes sociales

- Creación o programación de redes sociales
- Diseño mensual de avatar y portada
(puede cambiarse mas de una vez a solicitud del cliente)
- Contenido comercial para cada red social
(máx. 20 por mes para cada red social)
- Seguimiento y atención a consultas de fans
- Segmentación para pauta avanzada
(manejo de presupuesto en U\$SD)
- Administración de presupuesto para facebook
(40\$ sugerido)

13 AVENIDA HINCAPIE 3-49
CIUDAD GUATEMALA

ESCRIBENOS POR WHATSAPP
3268-0836

CONOCE NUESTRO PORTAFOLIO
monkeyscorp.com

Detalles de Formas de pago

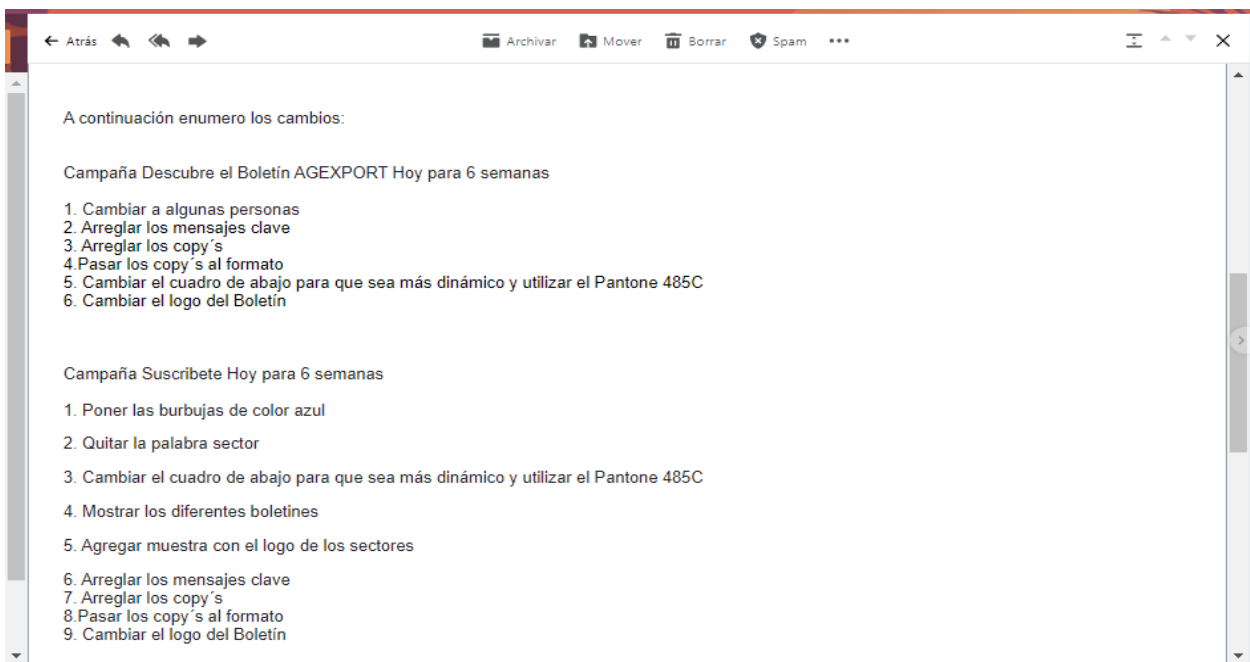
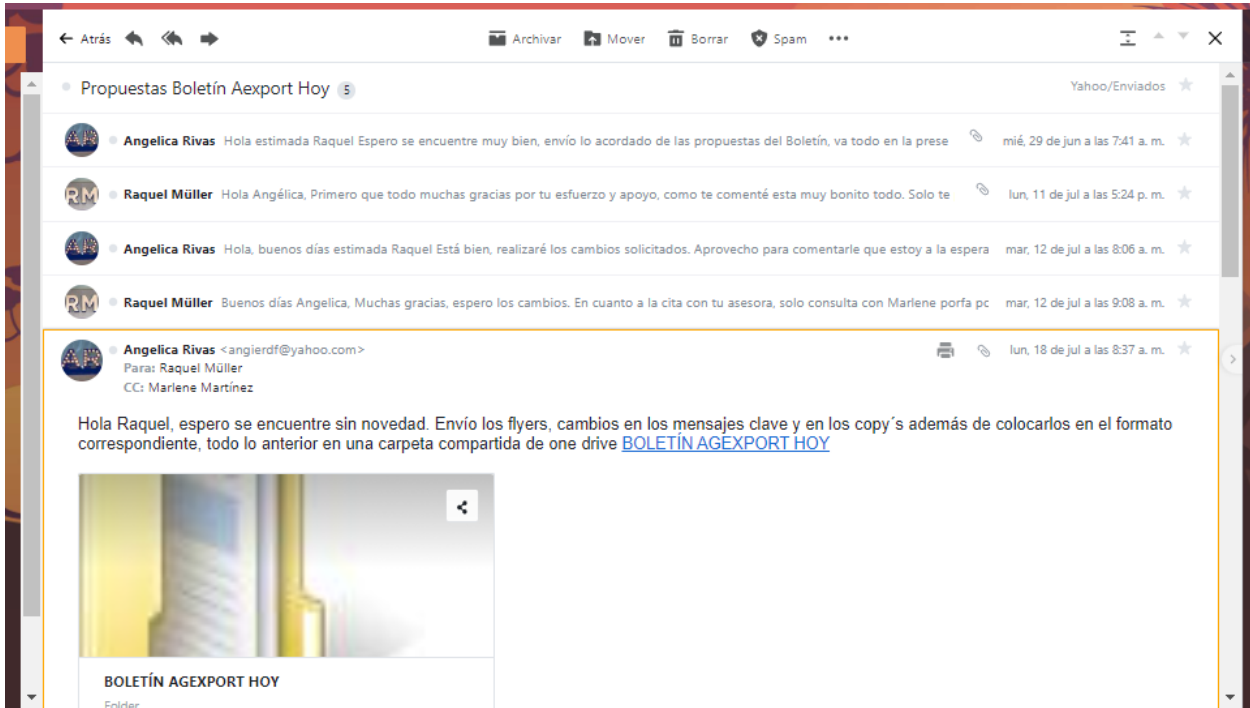
- Sin contrato de permanencia
- Pago por adelantado
- Depósitos / Transferencias.
- Cheques.
- Pagos en efectivo.

Subtotal:	Q. 2,500.00
Descuento:	Q. 500.00
Total*:	Q. 2,000.00

*Precio Incluye pauta sugerida

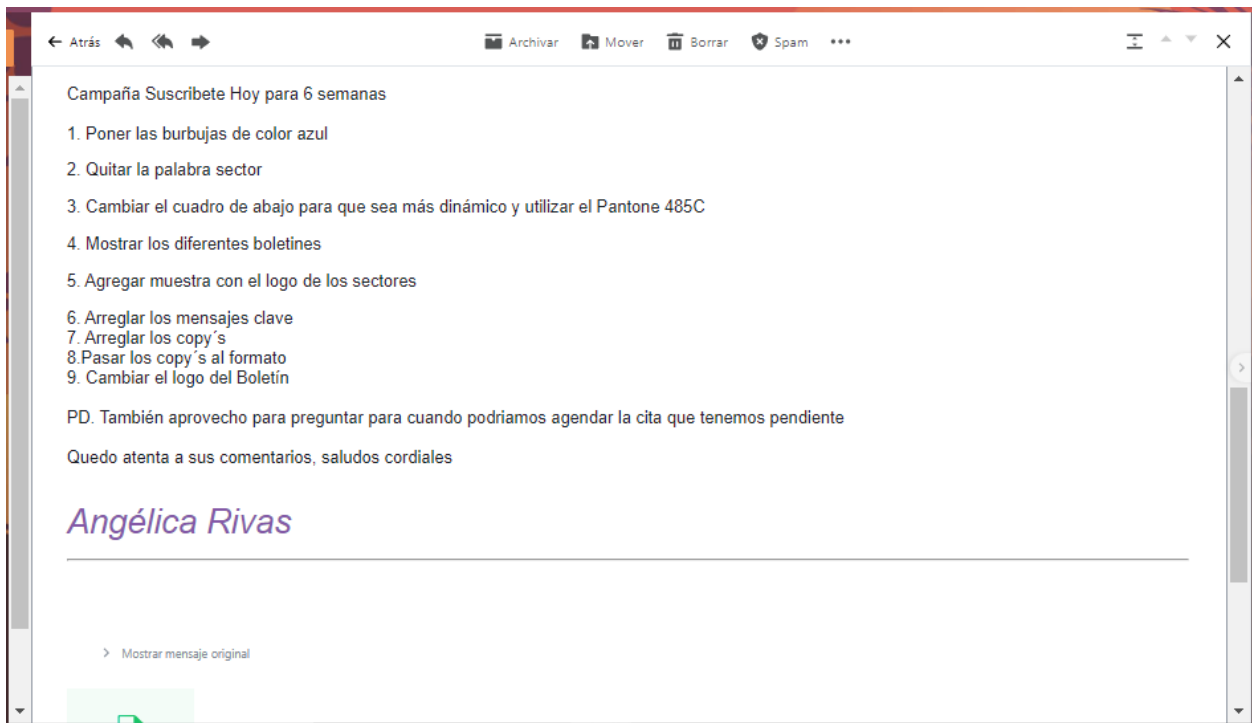


Anexo 14. Evidencia de envío de productos a institución





Anexo 14. Evidencia de envío de productos a institución





Anexo 15. Registro de horas de práctica

Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022 Registro de Horas de práctica										
Nombre del Alumno (a): Angélica María Rivas No. Carné y DPI: 200318220 / 2392801210101 Jefe o Encargado (a): Lcda. Raquel Müller Institución o Empresa: Asociación Guatemalteca de Exportadores-AGEXPORT Supervisor de EPSL: Lcda. Brenda Chacón										
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 24 / Al: 31	Enero	4	2	2	2	2		12	Propedéutico de EPS de licenciatura Fase diagnóstica
2	Del: 01 / Al: 05	Febrero				1.5	5	5	11.5	Conferencias Normas APA Búsqueda de institución para realizar EPSL
3	Del: 07 / Al: 12	Febrero				2			2	Conferencias Normas APA
4	Del: 14 / Al: 19	Febrero	2				1.5		3.5	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Reunión con Gerencia de Comunicación de AGEXPORT
5	Del: 21 / Al: 26	Febrero	4		4	1	10	4	23	Elaboración de nota "Protegidos INGUAT" Elaboración de nota "Best Markets" Reunión con Lcda. Gabriela Méndez, Analista de comunicación de AGEXPORT

Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022 Registro de Horas de práctica												
9	Del: 21 / Al: 26	Marzo								13	Elaboración de informe de medios "La participación de las mujeres en las exportaciones de Guatemala" Elaboración de informe de medios "Programa Finishing School se renueva" Redacción y entrega de diagnóstico Elaboración de nota "Iniciativa Latam Salud" Comité de medios con miembros de AGEXPORT Cobertura de evento "Estrategias de Comunicación Efectiva para Empresas de Salud" Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de nota "Estrategias de Comunicación Efectiva para Empresas de Salud"	
10	Del: 28 / Al: 02	Marzo-Abril				1		5	4	4	14	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Cobertura del webinar "Importancia de la cadena productiva de la agroindustria" Elaboración de nota "BI y Asociación Dr. Marco Arellano" Elaboración de nota "Tecnología enfocada en los biofertilizantes" Revisión de diagnóstico
11	Del: 04 / Al: 9	Abril				4	3	3	8	8	26	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Propedéutico de EPS de licenciatura Fase del Plan de Comunicación Elaboración de nota "Plasticultura" Operativización del Análisis FDCA
12	Del: 18 / Al: 23	Abril				9	8	8	8	8	41	Elaboración de nota "Venta directa, modelo de negocios" Comité de medios con miembros de AGEXPORT Elaboración de nota "3 eventos que promoverán el desarrollo de la economía guatemalteca a través de AGEXPORT"

Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022 Registro de Horas de práctica											
											Observación de los portales instituciones de AGEXPORT Planteamiento de pregunta de investigación y formulación de objetivos generales y específicos del diagnóstico Elaboración de nota "Ecofitro"
6	Del: 28 / Al: 05	Febrero-Marzo	4	7	8	8	4	4		35	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Reunión con la Lcda. Raquel Müller, Especialista de medios de AGEXPORT Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de informe de medios "Inauguración de laboratorio de cacao" Elaboración de informe de medios "Presentación de Estudio Best Markets" Recorrido guiado por las instalaciones de AGEXPORT Estructuración de metodología a utilizar Transcripción de entrevista para Historias de Exportación Observación de las diferentes ediciones del Boletín AGEXPORT Hoy
7	Del: 07 / Al: 12	Marzo	1	2	7	8	8	2		28	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de informe de medios "Zona OEA de SIEX" Elaboración de informe de medios "AGRITRADE" Elaboración y aplicación de instrumentos de recolección de datos Entrevista con Lcda. Raquel Müller
8	Del: 14 / Al: 19	Marzo	8	8	8	8	8	8		48	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón

Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022 Registro de Horas de práctica											
											Elaboración de informe de medios "Feria de Emprendimiento de Venta Directa" Asistencia a taller "Las nuevas normas y políticas de facebook/meta" Elaboración de informe de medios "AGRITRADE, EXPO & CONFERENCE" Cobertura del evento "4to Summit de Mujeres Exportadoras" Elaboración de nota "Impulso a los diferentes comités de mujeres exportadoras de FECAEXCA" Implementación de base teórica para el plan de comunicación
13	Del: 25 / Al: 30	Abril	6	6	6	6	6			30	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Cobertura del webinar "Innovaciones Globales para el Sector de Panadería y Repostería 2022" Elaboración de nota "SeaTrade Cruise Global" Redacción de Objetivos para el plan estratégico Planteamiento de estrategia de comunicación
14	Del: 02 / Al: 07	Mayo	7	7	7	7	7			35	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Elaboración de nota "Tendencias en la industria de la panadería y repostería" Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Redacción de capítulo 2 "Plan de Comunicación"
15	Del: 09 / Al: 14	Mayo	6	6	6	6	6			30	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Cobertura de webinar "Marketing Médico" Unión, revisión y entrega de capítulo 1 y 2
16	Del: 16 / Al: 21	Mayo				9	2		5	16	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Elaboración de nota "Marketing Médico" Elaboración de nota "Fundarveja, Fusiones coloridas" Cobertura de webinar "Identifica y Gestiona riesgos de Ciberseguridad en la cadena logística"





Anexo 15. Registro de horas de práctica

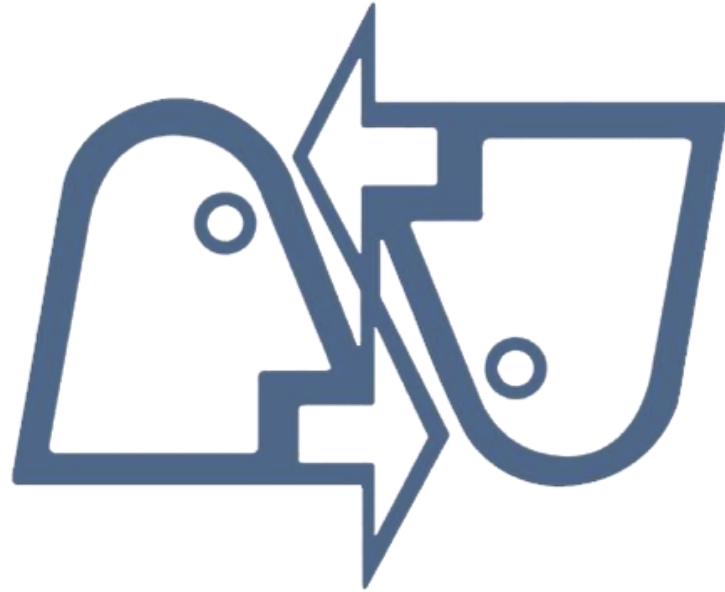
Nº	Del:	Al:	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Actividad
17	Del: 23 / Al: 28	Mayo	1	2							3	Elaboración de nota e infografía "Principales riesgos de ciberseguridad en la cadena logística"
18	Del: 30 / Al: 04	Mayo-Junio	6	6	6	6	6				30	Comité de medios con miembros de AGEXPORT Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de nota "Toledo celebra 50 años" Rediseño de logotipo de AGEXPORT Hoy para el Boletín AGEXPORT Hoy Elaboración de Código QR
19	Del: 06 / Al: 11	Junio	6	6	6	6	6				30	Asistencia a taller "La nueva plataforma de Storytelling para tu negocio" Elaboración de campaña informativa para socializar la nueva imagen del Boletín AGEXPORT Hoy
20	Del: 13 / Al: 18	Junio	6	6	6	6	6				30	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de campaña institucional para fomentar la suscripción al Boletín AGEXPORT Hoy
21	Del: 20 / Al: 25	Junio			6	2	4				9	Elaboración de informe para "Evaluación de Satisfacción del taller de fortalecimiento de herramientas de comunicación a líderes Agexport" Elaboración de infografía "Consejos para mantener segura nuestra información" Reunión con Lcda. Raquel Müller para mostrar la estrategia de comunicación y productos comunicacionales
22	Del: 27 / Al: 02	Junio-Julio	8	6	6	8	6				34	Elaboración de nota "#EnGuatemala Ángela De León" Comité de medios con miembros de AGEXPORT Elaboración de informe de medios "El mercado masculino incrementa la demanda de productos de cuidado personal"

Nº	Del:	Al:	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Actividad
23	Del: 04 / Al: 09	Julio	2	4					6	Elaboración de nota "Rodolfo López, promoviendo Guatemala a través de los Esports" Realización de cambios en materiales de campaña Envío de presentación con las campañas y sus diferentes materiales a AGEXPORT para aprobación
24	Del: 11 / Al: 16	Julio	8	8	8	8			32	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración de infografía "Las 4 tendencias de decoración de Interiores para este 2022" Elaboración de informe de medios "Expertos europeos de alto nivel asesorarán a empresas exportadoras gracias a alianza Swiss contact y AGEXPORT" Elaboración de informe de medios "Luego de la pandemia, crece demanda de preparados de frutas y vegetales" Realización de cambios en los materiales de las campañas
25	Del: 18 / Al: 23	Julio	1	3					4	Envío de materiales en carpeta compartida a integrantes de la gerencia de comunicación de AGEXPORT Propedéutico de EPS de Licenciatura Fase de Ejecución
26	Del: 25 / Al: 30	Julio	1.5	5	5	5	5		21.5	Supervisión de EPS de licenciatura Elaboración del informe del capítulo 3
27	Del: 01 / Al: 06	Agosto	6	6	6	6	6		30	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Elaboración del informe del capítulo 3
28	Del: 08 / Al: 13	Agosto	6	6	6	6	6		30	Elaboración del informe del capítulo 3
29	Del: 15 / Al: 20	Agosto	6	6	6	6	6		30	Unión, revisión y entrega del capítulo 2 y 3

Nº	Del:	Al:	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Actividad
30	Del: 22 / Al: 27	Agosto					2	2	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón
31	Del: 29 / Al: 03	Agosto-Septiembre	2	2			2	6	Guía para presentación de exámenes privados Cobertura del II Congreso de Bienestar y Salud 2022
32	Del: 05 / Al: 10	Septiembre	6	6	6	8	6	32	Elaboración de nota "Ventajas de la Cirugía robótica" Elaboración de nota "Salud mental y resiliencia" Preparación para examen privado de licenciatura
33	Del: 12 / Al: 17	Septiembre	3	6	6	6	6	27	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Preparación para examen privado de licenciatura
34	Del: 19 / Al: 24	Septiembre	3	4				7	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Examen privado de Licenciatura
35	Del: 26 / Al: 01	Septiembre-Octubre	6	6	6	6	6	30	Reunión con asesora Lcda. Brenda Chacón Integración del informe final
36	Del: 03 / Al: 08	Octubre	6	6	6	6	6	30	Integración del informe final
37	Del: 10 / Al: 15	Octubre	6	6	6	6	6	30	Revisión de plagio, corrección y estilo
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									871.5 hrs.

(f) 
Lcda. Raquel Müller - Encargada

(f) 
Lcda. Brenda Chacón - Supervisora EPSL 2022



Comunicación
creando futuro