BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Pérez, Rafael Alberto, Estrategias de comunicación, Editorial Ariel, Barcelona

TESIS

- Ayala, Catalina, (2008) “Plan estratégico de comunicación externa del programa red solidaria para el año 2008” Escuela de Comunicaciones, Universidad Dr. José Matías Delgado
- Guzmán Karla y otro, (2006), “Elaboración de una propuesta comunicacional de promoción de parques naturales y acuáticos a nivel nacional.” Escuela de Comunicaciones, Universidad Dr. José Matías Delgado
- Guzmán Rafael y otro, (2003) “Estrategias, rutinas y políticas de comunicación de American Airlines y Delta Airlines en El Salvador en el año 2002”, Escuela de Comunicaciones, Universidad Dr. José Matías Delgado

SITIOS WEB

- www.camarasal.com
- www.microsoft.com/spain/empresas/rrpp/comunicacion_exterior.mspx
- www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml
- www.dimensis.com/article146.html

REVISTA ESPECIALIZADA

- Comercio e Industria, edición histórica Nº 190 año XXVI, Nov. 2005

ANEXOS

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES
"FRANCISCO GAVIDIA"
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Buenos(as) Días (tardes), somos estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad "Dr. José Matías Delgado" y para efectos de nuestro trabajo de graduación, le agradeceríamos su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, recordándole que la información que se nos proporcione es confidencial y para fines académicos.

Preguntas.

1. ¿En qué rubro se ubica su empresa como socio de la Cámara de Comercio?

Servicios	
Financiera	
Industrial	
Comercial	
Agropecuaria	
Otra	

2. ¿Por qué se asoció a la Cámara de Comercio?

_____

3. ¿Cuánto tiempo tiene de estar asociado a la Cámara de Comercio?

Menos de 1 año	
De 1 a 5 años	
De 6 a 10 años	

4. ¿La información que recibe de parte de la Cámara de Comercio es necesaria para su empresa?

   Si___ No_____

   ¿Por qué?

   _____

5. ¿Cómo evalúa la calidad de la información que envía la cámara de comercio a través de los canales de comunicación

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima

6. ¿Con qué frecuencia recibe información de la Cámara de Comercio?

Diaria	Semanal	Mensual	Anual

7. ¿Cómo evalúa la cantidad de información que recibe de la Cámara de Comercio?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima

8. ¿Por qué medios recibe información de la Cámara de Comercio?

_____

_____

9. Para su empresa, ¿Cuál es la herramienta de comunicación más efectiva que utiliza la Cámara de Comercio? (Solo puede escoger una opción).

Página Web	
Correo Electrónico	
Revista Comercio e Industria	
Directorio Cámara de Comercio	
Medios Alternativos	
Otros *	

*Especifique_____

¿Por qué?

_____

_____

10. De esas mismas herramientas de comunicación, ¿cuál es la menos efectiva?

Página Web	
Correo Electrónico	
Revista Comercio e Industria	
Directorio Cámara de Comercio	
Medios Alternativos	
Otros	

¿Por qué?

_____

_____

11. ¿Considera importante la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

SI ___ NO_____

¿Por qué?_____

_____

12. ¿Considera concisa la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

Sí_____ No_____

¿Por qué?_____

13. ¿Cómo evalúa la actualización de la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

Muy adecuada	Poco adecuada	Inadecuada

14. ¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la página Web?

_____

_____

15. ¿Se le provee cada mes la revista Comercio e Industria?

SI ___ NO__

16. ¿Recibe la revista Comercio e Industria en el tiempo establecido?

17¿Qué utilidad recibe de la revista?

_____

18 ¿Considera clara la información de la revista de la Cámara de Comercio?

Sí_____ No_____

¿Por qué?

_____

_____

19. ¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la revista?

20. ¿Qué beneficio obtiene del directorio de la Cámara de Comercio?
_____

21. ¿Qué información desearía encontrar en el directorio?

_____

22. ¿Cuándo fue la última vez que observó sobre una noticia de la cámara de la comercio en los medios en general?

Hace un día	Hace una semana	Hace quince días	Hace un mes	Más de un mes

23. ¿A través de qué medio?

TV	RADIO	PRENSA	INTERNET

Otro_____

24. ¿Por qué otros medios considera que debería comunicarse la Cámara de Comercio?

_____

_____

25. ¿Cómo califica la frecuencia de la Cámara en los medios?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima

26. ¿Cómo evalúa la información brindada, a través de los medios, por parte de los diferentes voceros de la Cámara de Comercio?

Buena	Regular	mala

27. ¿En cuáles temas de interés empresarial la Cámara de Comercio e Industria debería pronunciarse?

_____

_____

_____

MUCHAS GRACIAS.

Entrevista a Lic. Carlos Golcher
Gerente de Comunicaciones Cámara de Comercio e Industria de El Salvador

Alumnos(A): ¿Qué hace la gerencia de comunicaciones de la Cámara de Comercio?
Lic. Golcher (LG): es la encargada de crear e implementar las estrategias de comunicación institucional y además de dar a conocer todas las actividades de la Cámara para beneficio de los socios.

A. ¿cuánto tiempo tiene de funcionar la gerencia de comunicaciones?
LG: Oficialmente como gerencia existe desde el año de mil novecientos noventa y nueve. Peor desde mil novecientos cuarenta se lleva un registro de las actividades realizadas por la Cámara.

A. ¿Qué canales de comunicación posee la Cámara de Comercio?
LG: Tenemos la Revista Comercio e Industria, la pagina web, el directorio comercial y los noticamaras.

A. ¿Qué son los noticamaras?
LG: son boletines electrónicos enviados a los socios quincenalmente. Este proyecto se realiza desde el año dos mil dos. Son pequeñas notas empresariales que no se publican en los medios impresos puesto que son más generales e inmediatas.

A. ¿hay un registro de toda la información relacionada con la Cámara?
LG: así es, toda convocatoria, boletín publicaciones de periódicos y los números de la revista y directorio, es archivado por el orden de la publicación.

A. sobre los canales de comunicación, específicamente la revista, ¿su publicación y venta es responsabilidad de ustedes como gerencia?
LG: Si es manejada por la gerencia de comunicaciones, debido a que no hay un departamento de mercadeo y ventas.

A. ¿Y con qué equipo cuentan para realizar su trabajo?

LG: pues en cuanto a material técnico, se cuenta con un equipo DVD, una cámara digital, una cámara de grabación para los distintos eventos y un nuevo programa de Microsoft.

Además del presupuesto de nuestra gerencia, que ronda por los cien mil dólares anuales.

Esto abarca las actividades relacionadas con las herramientas de comunicaciones, llámese impresión, distribución y salarios de los empleados.