



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

BAC CREDOMATIC HONDURAS

SUSTENTADO POR:

VALERIA CECILIA RICO LANZA

11611143

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL Y PUBLICITARIA

TEGUCIGALPA, M D C HONDURAS, C A

FECHA: MARZO, 2020

MIEMBROS DE LA TERNA:

Bresly Rebeca Escoto Zelaya

Kevin Arnaldo Mejia Rivera

Francisco Javier Molina Muñoz

Agradezco a BAC Credomatic Honduras quien me brindó la oportunidad de realizar mi Practica Profesional en sus instalaciones, en la cual pude aprender y desarrollarme en un ámbito profesional que mi carrera me permite.

Gracias a la licenciada Tania Lozano jefe de Comunicación Digital y Venta de Productos en Línea por tener la confianza en mí y delegarme labores significativas dentro del departamento de Mercadeo, por su paciencia, liderazgo y entrega a su equipo muchas gracias.

Gracias a la licenciada Genesis García quien fue mi líder inmediata dentro del departamento, quien con mucha dedicación, constancia y entrega me enseñó cada una de las actividades a realizar, gracias por ser una mentora, mi guía en este periodo de tiempo.

Gracias a mi Alma Mater la cual estoy agradecida por permitirme estudiar y realizarme en el área que deseaba, a mi licenciada supervisora Claudia Marissa Morales quien además tuve el placer de recibir su catedra, por su compromiso, pasión al enseñar y responsabilidad muchas gracias.

Valeria Cecilia Rico Lanza

Tabla de contenidos

| | |
|--|----|
| I Resumen Ejecutivo | 1 |
| CAPÍTULO I GENERALIDADES | 3 |
| 1.2 Objetivos | 3 |
| 1.2.1 General | 3 |
| 1.2.2 Específicos | 3 |
| 1.2 Datos generales de la empresa | 4 |
| 1.2.1 Historia | 4 |
| 1.2.2 Misión | 6 |
| 1.2.3 Visión | 6 |
| 1.2.4 Valores | 6 |
| 1.2.5 Política de Calidad | 7 |
| 1.2.6 Estrategia Empresarial 5C's | 9 |
| CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA INSTITUCIÓN | 10 |
| 2.1 Categorización actividades realizadas | 10 |
| 2.1.1 Creación de artes | 10 |
| 2.1.2 Contenido de valor | 13 |
| 2.1.3 Audiovisuales | 14 |
| 2.1.4 Producción y fotografía | 16 |
| 2.1.5 Cobertura de eventos | 16 |
| 2.1.6 Misceláneas | 17 |
| CAPÍTULO III ACTIVIDADES DE MEJORA | 18 |
| 3.1 Aportes de mejora | 18 |
| 3.2 Propuesta de mejora | 19 |
| 3.2.1 Situación actual | 19 |
| 3.2.2 Propuesta | 19 |
| 3.2.3 Impacto de la propuesta | 23 |
| 3.2.4 Impacto económico de la propuesta | 24 |
| CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 25 |
| 4.1 Conclusiones | 25 |
| 4.2 Recomendaciones | 26 |
| Glosario de términos | 27 |
| Anexos | 28 |
| Bibliografía | 36 |

Tabla de ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1Storyboard - Minicotas prototipo de propuesta | 22 |
| Ilustración 2 Campaña carrusel rubros tarjeta Economía..... | 28 |
| Ilustración 3 video para actividad de ganar pases al concierto de Marco Antonio Solís https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/243899690109150/ | 28 |
| Ilustración 4Rubros Economía https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/1596285600510584/ | 29 |
| Ilustración 5Cuenta regresiva noche del sabor https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/249945049343435/ | 29 |
| Ilustración 6Engagement Marco Antonio Solís | 30 |
| Ilustración 7 Engagement Juanes, imagen 360 | 30 |
| Ilustración 8Video Giro Ganador https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/573754676564272/ | 31 |
| Ilustración 9 Fotografía del auto del Giro Ganador | 31 |
| Ilustración 10Video ganadores de San Valentín https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/199666254729608/ | 32 |
| Ilustración 11Engagement José Luis Perales | 32 |
| Ilustración 12Video Engagement Marco Antonio Solís https://www.facebook.com/eticketHN/videos/751432211929432/ | 33 |
| Ilustración 13Contenido de valor Juanes | 33 |
| Ilustración 14Arte ganadores de pases para concierto | 34 |
| Ilustración 15Infomación de kioscos Eticket Honduras | 34 |
| Ilustración 16Video Experiencia Eticket en Concierto de José Luis Perales https://www.facebook.com/eticketHN/videos/219933425868177/ | 35 |
| Ilustración 17Estadísticas Eticket..... | 35 |

I Resumen Ejecutivo

El presente informe detalla las actividades realizadas y propuestas a mejora que se realizaron conforme a los conocimientos adquiridos a lo largo del pregrado para poder desarrollar con ímpetu y eficiencia cada una de las labores en el departamento de Mercadeo, área de Comunicación Digital y Venta de Productos en Línea en Grupo Financiero BAC Credomatic con sucursal en Honduras.

El presente informe consta de cuatro capítulos los cuáles son codependientes del objetivo general y a su vez de los específicos, estos mismos son cumplidos a través del desarrollo de actividades que fueron asignadas por los superiores y llevadas a cabo a diario en el período de duración de la Práctica Profesional.

El primer capítulo consta de las generalidades de la empresa como su historia, misión, visión, valores entre otros aspectos; Los objetivos generales y específicos en los que se basan y sostiene el presente informe.

El segundo capítulo es un recuento de todas las actividades asignadas a lo largo de la práctica profesional, dando el detalle específico de cada una de estas.

El tercer capítulo es el desarrollo de la propuesta de mejora la cual se plantea en un área específica donde se puede optimizar el proceso en alguna de las actividades de Comunicación Digital y Venta de Productos en Línea.

El cuarto capítulo se basa en las conclusiones hechas luego de pasar por el período de Práctica Profesional y aprendizaje dentro del área de Mercadeo y las recomendaciones

son observaciones que la empresa puede optar a realizar para optimizar las áreas de trabajo.

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Ejecutar todos los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en el área de Comunicación Digital y Venta de Productos en Línea en BAC Credomatic Honduras para la creación de campañas digitales estratégicas que permitan el crecimiento en redes de la empresa en el primer trimestre del año 2020.

1.2.2 Específicos

1. Diseñar herramientas audiovisuales que ayuden a los usuarios de BAC Credomatic Honduras entender cada uno de los servicios y productos que ofrece la empresa.
2. Desarrollar las habilidades en diseño y en producción de audiovisuales para el trabajo de piezas y videos para BAC Credomatic y Eticket Honduras.
3. Administrar y alimentar las redes sociales de Eticket Honduras de manera eficiente para un crecimiento en la interacción y seguidores de esta.

1.2 Datos generales de la empresa

1.2.1 Historia

Los inicios del Grupo BAC Credomatic se remontan a más de medio siglo atrás, cuando en 1952 se fundó el Banco de América en Nicaragua. Sin embargo, fue hasta los años setenta cuando se incursionó en el negocio de tarjetas de crédito a través de las empresas Credomatic.

A mediados de los años ochenta, el Grupo decidió ingresar en otros mercados de la región, empezando por Costa Rica con la adquisición de lo que hoy se conoce como Banco BAC San José. Fue en la década de 1990 que se concretó la expansión hacia los otros mercados centroamericanos, fortaleciendo así la presencia del Grupo en toda la región, la cual se mantiene hasta hoy en día.

Ya en el año 2004 el Grupo inició sus operaciones de tarjeta de crédito en México y un año más tarde se llevó a cabo una alianza estratégica por medio de la cual GE Consumer Finance (subsidiaria de GE Capital Corporation) adquirió el 49.99% del capital de BAC Credomatic, una sociedad que controlaba indirectamente el 100% de BAC International Bank. (Diario La República, 2011).

Paralelamente y como parte de la estrategia de expansión, En el 2004 se llevó a cabo la adquisición del Banco Mercantil (BAMER) de Honduras, uno de los bancos privados más importantes de ese país, para dar paso a lo que hoy se conoce como BAC|Honduras. En el 2007 también se adquirieron Propemi (Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa) en El Salvador y la Corporación Financiera Miravalles en Costa Rica, ambas compañías dirigidas a segmentos específicos de mercado. (Diario La República, 2011).

A mediados del 2009, la compañía GE Capital Corporation aumentó su participación accionaria al 75%, convirtiéndose así en el accionista mayoritario. No obstante, a raíz de un cambio de estrategia a nivel mundial, GE decidió concentrarse más en la actividad industrial (infraestructura, tecnología y salud) y menos en actividades de banca privada y comercial.

Como resultado, el 15 julio del 2010, el Grupo Aval de Colombia, el conglomerado financiero más grande de este país -conformado por el Banco de Bogotá, el Banco de Occidente, el Banco AV Villas, el Banco Popular y el fondo de pensiones y cesantías Porvenir S.A., suscribió un contrato de compraventa de acciones con GE Consumer Finance relativo a la adquisición del 100% de las acciones del Grupo BAC Credomatic que poseía GE (un 75% del total de las acciones de BAC Credomatic).

Aunque el anuncio inicial daba cuenta que la operación la haría directamente el Grupo Aval, finalmente fue liderada por el Banco de Bogotá. El acuerdo fue cerrado a través de la compañía filial de leasing del Banco de Bogotá en Ciudad de Panamá (Leasing Bogotá S.A. Panamá). En diciembre del 2010, y después de obtener las aprobaciones de las superintendencias de entidades financieras de cada país, el proceso de compra culminó exitosamente.

Cabe resaltar que, a pesar del cambio de control accionario, la estrategia de negocios y la identidad del Grupo BAC Credomatic se mantienen y, más bien, a raíz de la adquisición ha sido posible ofrecer productos de mayor valor agregado a los clientes, compartir experiencias, aprovechar las sinergias y las mejores prácticas de ambas partes y, sobre todo, compartir la visión de negocios, lo que hace que BAC Credomatic siga siendo hoy en día una organización caracterizada por el mejoramiento continuo, la pasión por la excelencia, la innovación y la creatividad.

En el 2013 BAC Credomatic adquiere las acciones totales de Banco Reformador en Guatemala. Con esta operación, BAC Credomatic se coloca en el cuarto lugar de las entidades financieras más grandes del país, con activos por Q16 mil 334.68 millones.

1.2.2 Misión

Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios, a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a promover el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos.

1.2.3 Visión

Ser la organización financiera preferida de todas las comunidades que servimos por nuestra conectividad con personas y empresas, por nuestra confiabilidad, espíritu innovador, solidez y claro liderazgo en los sistemas de pago de la Región.

1.2.4 Valores

En BAC Credomatic los valores son destacados a través de la lealtad y servicio que se les brinda a los clientes por parte de los colaboradores.

- **Integridad**

Prudente, Honesto, Coherente, Leal, Confiable, Sincero, Ético, Honorable.

- **Respeto**

Sabe escuchar, Justo, Sabe Compartir, Colaborador, Solidario, Accesible, Incluyente, Amable.

- **Excelencia**

Capaz, Eficiente, Superación, Calidad, Perspicaz, Da resultados, Comprometido.

- **Responsabilidad**

Dedicado, Servicial, Laborioso, Emprendedor, Perseverante, Responsable, Consecuente, Sentido de urgencia.

- **Innovación**

Creativo, Abierto al cambio, Simplicidad, Curioso, Flexible, Optimista, Mejora continua.

1.2.5 Política de Calidad

- Satisfacer las necesidades financieras y de medios de pago de nuestros grupos de interés a través de un servicio eficiente, ágil y confiable.
- Contar con soluciones tecnológicas estables, impulsando una adecuada gestión de la tecnología y manejo de la información, mediante la mejora continua de los procesos tecnológicos y operativos, la administración efectiva de sus riesgos, el diseño y regulación de esquemas de seguridad de sistemas y de información.
- Anticipar las necesidades de nuestros clientes locales y regionales a través de un proceso formal de innovación que nos permita simplificarles la vida y diferenciarnos de nuestros competidores.
- Ser un equipo comprometido con la excelencia y el mejoramiento continuo de nuestros procesos, productos, servicios y controles asociados a los riesgos a los que está sometida la organización.

- Optimizar la utilización de los recursos y relaciones de la organización con sus grupos de interés para maximizar la rentabilidad y sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo.
- Gestionar nuestro negocio de forma responsable y desarrollar iniciativas que aprovechen nuestros conocimientos y fortalezas, para mejorar la calidad de vida de personas que se relacionan con nosotros y contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades donde operamos.
- Prevenir la contaminación y el impacto ambiental generado por nuestros procesos, productos y servicios.

Cumplir con los requerimientos comerciales y obligaciones contractuales, así como cumplir con la legislación, regulaciones y políticas internas de nuestra organización que son las que enmarcan nuestro campo de acción en cada uno de los mercados donde opera.

- Asegurar la continuidad del negocio buscando reducir los eventos de interrupción de los servicios críticos, así como preparando la organización para estar en capacidad de responder y recuperarse cuando éstos se presenten.

1.2.6 Estrategia Empresarial 5C's

BAC Credomatic cuenta con la Estrategia Empresarial 5C's de calidad, estos son para los temas y programas que desarrollamos bajo cada una de estas Dimensiones atienden, a su vez, a los Objetivos Estratégicos de nuestra Empresa:

Objetivos Estratégicos de BAC Credomatic 5C's

- Crecimiento con Innovación
- Control Operativo
- Control de Riesgos
- Canales Digitales
- Compromiso Organizacional & Sostenibilidad

CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA INSTITUCIÓN

En las actividades realizadas dentro del departamento de Mercadeo en el área de Comunicación Digital y Venta de Producto en Línea se dividieron en las siguientes categorías; Creación de artes, contenido de valor, audiovisuales, Producción de audiovisuales y fotografía, Cobertura de eventos, administración de redes sociales de Eticket Honduras y misceláneas.

2.1 Categorización actividades realizadas

2.1.1 Creación de artes

Diagramación y creación de artes en formato de 1200 por 1200 pixeles destinadas a las redes sociales oficiales de BAC Credomatic Honduras los cuales varían entre publicidad para productos de venta en línea, Conciertos BAC Credomatic y demás productos y servicios.

Estas mismas fueron trabajadas bajo los parámetros ya establecidos dentro del manual de marca de BAC Credomatic, estas pasan por un proceso de aprobación tanto de línea gráfica como de redacción de copy y ortografía, una vez ya aprobado el arte se exporta en alta calidad para que esta pueda ser subida a las redes oficiales del banco tanto Facebook como Instagram.

| Actividades realizadas – Creación de artes | | |
|---|----------------|------------|
| Viajes | BAC Credomatic | Completado |
| tarjetas de crédito | BAC Credomatic | Completado |
| Minicuotas | BAC Credomatic | Completado |
| Extrafinanciamiento | BAC Credomatic | Completado |
| FlashCash | BAC Credomatic | Completado |
| Alivio de deuda | BAC Credomatic | Completado |
| Adición de tarjetas | BAC Credomatic | Completado |
| Tarjeta empresarial | BAC Credomatic | Completado |
| Pagos automáticos | BAC Credomatic | Completado |
| Tarjeta de crédito | BAC Credomatic | Completado |
| Afiliados | BAC Credomatic | Completado |
| EconoMía | BAC Credomatic | Completado |
| ATM | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones estados de Cuenta | BAC Credomatic | Completado |
| Love Day | BAC Credomatic | Completado |
| Concierto Tarjeta de crédito y minicuotas | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones Google Ads | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones Google Ads | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones Google Ads | BAC Credomatic | Completado |
| Instagram Stories mipromo | BAC Credomatic | Completado |
| Venta en línea | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones Google Ads | BAC Credomatic | Completado |
| Descuentos Kielsa | BAC Credomatic | Completado |
| Noche del Sabor tarjeta de crédito | BAC Credomatic | Completado |
| Noche del Sabor Minicuotas | BAC Credomatic | Completado |
| Marco Antonio Solís tarjeta de crédito | BAC Credomatic | Completado |
| Marco Antonio Solís Minicuotas | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones Google Ads Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |

| | | |
|---|----------------|------------|
| Beneficios Economía con farmacia Kielsa | Eticket | Completado |
| Adaptaciones de redes concierto Anuel | BAC Credomatic | Completado |
| Adaptaciones de redes concierto Anuel | Eticket | Completado |
| Minicuotas verano | BAC Credomatic | Completado |
| Tarjeta de crédito verano | BAC Credomatic | Completado |
| mipromo.com | BAC Credomatic | Completado |
| Viajes BAC Credomatic | BAC Credomatic | Completado |
| Día del Padre tarjeta de crédito | BAC Credomatic | Completado |
| Día del Padre Minicuotas | BAC Credomatic | Completado |
| Unitec descuentos AMEX | BAC Credomatic | Completado |
| Tarjetas de crédito BAC Credomatic | BAC Credomatic | Completado |
| Instagram Stories consejos COVID-19 | BAC Credomatic | Completado |

Se observó que las redes sociales de BAC Credomatic tienen un tráfico constante de interacción con los usuarios, estos tienden a reaccionar a las imágenes y a comentar si tienen alguna duda o consulta acerca del producto, servicio o evento que se comunica en cada uno de los artes realizados y publicados.

2.1.2 Contenido de valor

En el contenido de valor se realizaron todos los artes que no formaban parte de la comunicación oficial de las redes de BAC Credomatic y de Eticket Honduras, el propósito de estos artes a diferencia de otros artes es que su función va más allá de hacer una comunicación oficial es crear una interacción con los usuarios de redes tanto de BAC Credomatic como de Eticket para que estos participen por pases a conciertos o den a conocer lo que piensan de ambas marcas con el fin de mejorar los servicios de atención a través de redes.

| Actividades realizadas – Contenido de Valor | | |
|---|-------------------|------------|
| José Luis Perales | BAC Credomatic | Completado |
| José Luis Perales | Eticket | Completado |
| Horarios | Eticket | Completado |
| Datos curiosos | Eticket | Completado |
| Ubicaciones | Eticket | Completado |
| Días festivos | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Perales | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Perales | Eticket | Completado |
| Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Festival Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Marco Antonio Solís | Eticket | Completado |
| Engagement Festival Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |
| Juanes | Eticket | Completado |
| Piso 21 | Eticket | Completado |

| | | |
|--|-------------------|------------|
| Marco Antonio Solís | Eticket | Completado |
| Diseño carta influencers concierto Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Ganadores pases de Marco Antonio Solís | Eticket | Completado |

Se observó que cuando el cliente se le incentiva con participar para ganar algo este interactúa y cumple a cabalidad cada uno de los pasos que se especifican en los artes de contenido de valor.

2.1.3 Audiovisuales

Se trabajó en la edición y creación de videos tanto para BAC Credomatic como para Eticket Honduras estos para fines diversos, para BAC Credomatic anunciar conciertos, crear engagement con los usuarios, dar a conocer los descuentos exclusivos con los que cuenta Conciertos BAC Credomatic y también para comunicar de manera audiovisual los eventos realizados por el banco asimismo promocionar sus productos y servicios.

| Actividades realizadas – Audiovisuales | | |
|--|-------------------|------------|
| Giro Ganador | BAC Credomatic | Completado |
| viajes | BAC Credomatic | Completado |
| Casa BAC | BAC Credomatic | Completado |
| Perales MiPromo | BAC Credomatic | Completado |
| Perales | BAC Credomatic | Completado |
| Neon Party | BAC Credomatic | Completado |
| Giro Ganador | BAC Credomatic | Completado |
| Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |

| | | |
|---|-------------------|------------|
| San Valentín | BAC Credomatic | Completado |
| José Luis Perales | Eticket | Completado |
| Pantalla Integral de Productos | BAC Credomatic | Completado |
| Tarjeta de Crédito MAS | BAC Credomatic | Completado |
| Engagement Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |
| José Luis Perales | Eticket | Completado |
| Cuenta regresiva Noche del Sabor | BAC Credomatic | Completado |
| Rubros tarjeta EconoMía | BAC Credomatic | Completado |
| Participar por pases de Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Participar por pases de Marco Antonio Solís | Eticket | Completado |
| Anuel en Concierto BAC Credomatic | BAC Credomatic | Completado |
| Participar por pases de Marco Antonio Solís | BAC Credomatic | Completado |
| Participar por pases de Marco Antonio Solís | Eticket | Completado |
| Casa BAC Credomatic entrega de hogar | BAC Credomatic | Completado |
| Animación solicitud Minicuotas en línea | BAC Credomatic | Completado |

Cuando se trabaja con contenido en formato audiovisual es importante poder capturar la atención de los usuarios en los primeros segundos y no hacer videos de una duración prolongada ya que el usuario desistirá de completar el video y dicho material no cumplirá con el propósito de informar.

2.1.4 Producción y fotografía

En las actividades de producción y fotografía las actividades se basaron en producir el contenido a utilizarse en las piezas audiovisuales, se realiza el guion con el cual se trabaja luego en el lugar del evento a cubrir se hacen las grabaciones de planos y tomas necesarias para luego pasar a post producción y entregar el producto final que es distribuido en las redes de BAC Credomatic.

| Actividades realizadas – Producción y edición de fotografía | | |
|---|----------------|------------|
| Corporación Flores | BAC Credomatic | Completado |
| Casa BAC | BAC Credomatic | Completado |
| Hotel Hyatt | BAC Credomatic | Completado |
| Hotel Hyatt | BAC Credomatic | Completado |
| Chuck E. Cheese | BAC Credomatic | Completado |
| Creación de Palets | BAC Credomatic | Completado |
| Pensiones | BAC Credomatic | Completado |
| Pantalla Integral de Productos | BAC Credomatic | Completado |
| Entrega de vivienda | BAC Credomatic | Completado |
| Comercial Chuck E. Chese | BAC Credomatic | Completado |

2.1.5 Cobertura de eventos

Se asistió a la cobertura de eventos realizados por BAC Credomatic y de Eticket Honduras en estas se cumple la función de registrar con material audiovisual los momentos destacados de estos eventos que se realizan para destacar la experiencia de los clientes, las ventajas que estos pueden adquirir o las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que el BAC Credomatic realiza.

| Actividades realizadas – Cobertura de eventos | | |
|---|----------------|------------|
| Entrega de cheque Funhocam | BAC Credomatic | Completado |
| San Valentín | BAC Credomatic | Completado |
| José Luis Perales | Eticket | Completado |

Este tipo de cobertura que se realiza para obtener contenido que luego es subido a historias de redes sociales o a post de estos son importantes porque dan a conocer un lado diferente de ambas marcas y hace que el usuario se sienta mas cercano e identificado con esta.

2.1.6 Misceláneas

En este apartado es el recuento de las actividades que varían las funciones normalmente establecidas, se adjuntan las labores de administración de redes de Eticket Honduras, como demás actividades específicas y colaborativas para BAC Credomatic.

| Actividades realizadas – Misceláneas | | |
|--|----------------|------------|
| Contenido de valor | Eticket | Completado |
| Responder mensajes | Eticket | Completado |
| Publicación de artes | Eticket | Completado |
| Calendarización de publicaciones | Eticket | Completado |
| Creación de estrategias para interacción | Eticket | Completado |
| Revisión ortográfica | BAC Credomatic | Completado |
| Descuentos mipromo.com | BAC Credomatic | Completado |

CAPÍTULO III ACTIVIDADES DE MEJORA

3.1 Aportes de mejora

Uno de los aportes de mejora para la institución fue realizado para las redes de Eticket Honduras la cual consiste en la edición de un contenido audiovisual con la duración de un minuto en donde se muestra la experiencia de los conciertos desde el momento de escanear los boletos en las entradas del lugar, ya que Eticket es la única tiquetera en el país que cuenta con el sistema de escaneo de boletos, por lo que se decidió desde el concierto de José Luis Perales llevado a cabo el 22 de febrero del presente año que aparte de tener cobertura en redes con publicaciones e historias en las redes al día siguiente se publicaría la experiencia Eticket, esto con el fin de aumentar el tráfico de interacciones de los usuarios con la página de Eticket Honduras.

También se implemento el calendario de publicaciones para Eticket Honduras para tener el orden secuencial según las fechas de presentación de los artistas y para brindar la información necesaria a los usuarios, este mismo fue compartido con los responsables de contacto de las productoras de artistas que exigen tener al menos una publicación del artista a presentarse de su arte oficial y otro de contenido de valor para promocionar la venta de boletos a través de la plataforma digital de Eticket Honduras.

3.2 Propuesta de mejora

3.2.1 Situación actual

BAC Credomatic fue calificado como Mejor Banco Digital y Mejor Aplicación Bancaria en el 2019 según World Finance (World Finance, 2020), este cuenta con una aplicación móvil donde se pueden realizar varias gestiones, entre ellas transferencias, ver estados de cuentas, pagos de servicios, préstamos y tarjetas de crédito, también se puede solicitar cambio de PIN para poder retirar dinero en efectivo de los cajeros automáticos, consulta de tramites de solicitudes, entre otros. Asimismo, se cuenta con la página web en donde se pueden solicitar en línea productos y servicios que ofrece BAC Credomatic, esto es para agilizar los procesos del cliente ya que en la actualidad las jornadas diarias de trabajo son complicadas lo que deja a los usuarios sin tiempo para poder movilizarse a alguna agencia del banco, el dilema es que muchos de los usuarios no están enterados que pueden hacer esta solicitud de servicio o producto a través de la página web de BAC Credomatic por lo que deben ir varias veces a las agencias o deciden no adquirir ese servicio o producto por el tiempo a invertir en el proceso.

3.2.2 Propuesta

Se puede estimular las ventas de productos y servicios a través de la plataforma en línea si se impulsa una campaña a través de redes sociales para explicar que estas solicitudes pueden ser en línea y que productos o servicios son los que se pueden gestionar vía web.

Las redes sociales de BAC Credomatic cada vez cuentan con más seguidores que le siguen para estar al tanto de sus servicios o eventos y se recibe un promedio alto de mensajes directos al día sobre consultas.

Una oportunidad de mejora es mostrarles a los usuarios de BAC Credomatic que las solicitudes pueden ser en línea y que hay una amplia gama de servicios y productos que se pueden gestionar, por eso se propone una serie de infografías audiovisuales en formato de 1920 por 1080 pixeles con una duración de entre 30 a 45 segundos, constarán de vectores y textos animados, cada una de las infografías de la serie, estas infografías se dividirán por categorías de personas y afiliados cada una con su subcategorías de producto y servicio.

Se pretende aumentar el tráfico en la página web de BAC Credomatic y que los usuarios conozcan la opción de solicitud en línea para agilizar los procesos de gestión de productos de servicios o productos y con esto aumentar el número de usuarios y de servicios y productos que pueda tener el cliente.

A continuación, se detallan las categorías y subcategorías

3.2.2.1 Personas

Producto

- Tarjetas
- Préstamos
- Cuentas

Servicio

- Seguros

3.2.2.2 Afiliados

Producto

- Herramientas para aceptar pagos

Servicio

- Devolución de Transacciones Duplicadas
- Recarga Celular
- Afiliación Flotas BAC Credomatic
- Liquidaciones
- Capacitaciones
- Autoreg
- Reactivación de código afiliado
- Papelería para POS
- Retiro POS
- Aumento de límite por transacciones
- Cambio de nombre comercial
- Actualización de datos
- Falta de acreditación de cierre
- Constancias/Historiales
- SOS Comercios Afiliados

3.2.2.3 Línea gráfica de la propuesta

Las infografías se trabajarán en un fondo rojo con tonalidad del código hexadecimal que utiliza la institución con vectores realizados bajo su línea gráfica en color y tipografía Graphik en color blanco. Como variación de estas se pueden realizar sobre fondo blanco, vectores y tipografía color rojo con la tonalidad hexadecimal de BAC Credomatic.

3.2.2.4 Storyboard de propuesta



Ilustración 1 Storyboard - Minicuotas prototipo de propuesta

3.2.3 Impacto de la propuesta

Este impacto se podrá medir haciendo una comparación estadística de todas las solicitudes de todas las gestiones que son realizadas a través de la página web de BAC Credomatic en periodos de tiempo con un antes y después de publicadas las infografías audiovisuales, para comparar y poder comprobar el número de personas que si utilizan la página web para realizar este tipo de gestiones y cuantas aumentaron al enterarse con estas infografías que se pueden hacer solicitudes en línea de diversos productos y servicios.

Las variables claves de medición son el tráfico de visitas en la página web, cuanto tiempo permaneció en el sitio y el aumento de solicitudes en línea para los productos y servicios como también el aumento de comercios y afiliados al dar a conocer los beneficios que estas cuentas al estar afiliado a BAC Credomatic y que varias de sus gestiones se pueden realizar en línea.

3.2.4 Impacto económico de la propuesta

Para la elaboración de estas infografías audiovisuales es necesario tener en cuenta los recursos requeridos para estas, las cuales son en el recurso humano se requiere una persona que tenga habilidades de edición en diseño gráfico y animación y en el recurso técnico se requiere una computadora que tenga una memoria RAM de 16GB, un disco duro de 1 Terabyte de almacenamiento y procesador Intel Core i7, las licencias de los programas que ofrece Adobe para el diseño y animación como ser, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Adobe After Effects.

BAC Credomatic cuenta con un área de Diseño Gráfico in house en la cual hay colaboradores con las habilidades necesarias asimismo se cuenta con el equipo y licencias de programas para poder desarrollar estas infografías, por lo cual no es necesario asignar un nuevo presupuesto para esta actividad.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. Se ejecutaron los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en las áreas requeridas dentro de la gerencia de Mercadeo de BAC Credomatic Honduras.
2. Se diseñó la propuesta de infografías audiovisuales para redes sociales para explicar los diversos productos y servicios que se pueden solicitar en línea a través de Banca en Línea para tener un incremento de ventas en líneas
3. Se diseñaron artes oficiales y contenido de valor para las redes sociales de BAC Credomatic Honduras y Eticket Honduras y también se desarrollaron contenidos en formatos audiovisuales.
4. Se logró incrementar los seguidores en las redes de Eticket Honduras, asimismo se logró disminuir el tiempo de espera de respuesta a mensajes directos en la bandeja de Facebook teniendo un 99% de respuestas.

4.2 Recomendaciones

A BAC Credomatic

1. Implementar las infografías audiovisuales por ser una herramienta que facilita a los usuarios de BAC Credomatic el poder solicitar productos en línea.
2. Crear un calendario de publicaciones en redes para cada uno de los productos o servicios que se comunican a través de las redes de BAC Credomatic Honduras
3. Pautar publicaciones de Eticket Honduras en sus redes para acelerar el crecimiento en ambas plataformas.
4. Implementar videos cortos de Experiencia Eticket Honduras en cada uno de los eventos que este sea parte involucrado con la venta de tickets.

A Estudiantes

1. Adquirir nuevas habilidades profesionales a través de todo lo realizado en las actividades hechas en la empresa para tener más competencias técnicas dentro del área profesional competente.
2. Participar en las actividades ejecutadas por el área en donde se está realizando la Práctica Profesional para poder sugerir nuevas formas de trabajo que agilicen o impulsen el mismo.
3. Mostrar una actitud proactiva en cada una de las responsabilidades asignadas.

A la Universidad Tecnológica de Honduras

1. Ayudar a alumnos de alto rendimiento académico en la búsqueda de empresa donde hacer su respectiva Práctica Profesional.
2. Desarrollar proyectos con clientes reales en las clases prácticas de la carrera para que el alumno se vaya desarrollando en las habilidades técnicas que el mercado laboral requiere y contribuir con el desarrollo de las empresas.

Glosario de términos

1. BAC Credomatic Honduras: Banco de América Central Honduras, S.A.
2. Redes Sociales: Son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información.
3. Mercadeo: Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía del productor al consumidor.
4. Campañas digitales: son aquellas campañas publicitarias que se transmiten a través de canales digitales como displays, banners o redes sociales.
5. Usuarios: Persona que usa habitualmente un servicio o producto.
6. Servicios: Conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.
7. Producto: Beneficio, cantidad de dinero que se gana, especialmente con una inversión.
8. Diseño Gráfico: Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes, en especial en libros, carteles y folletos.
9. Producción: Arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales
10. Administración de redes: Es diseñar la presencia de las marcas o negocios en las redes sociales. Es crear, lanzar y liderar una estrategia global en torno a los medios sociales.
11. Contenido de valor: es una pieza de comunicación que aporta beneficios al público objetivo al que va dirigido.

Anexos

BAC Credomatic 16 de marzo a las 17:05 · 🌐

¡Quédate en casa y realiza tus solicitudes en línea! Haz los pagos de tus servicios públicos, traslada tus compras a Minicuotas, solicita tu Asistencia o Seguro y elige tu Tarjeta de Crédito. #BACCredomatic



Quédate en casa y haz tus solicitudes en línea



Minicuotas

BAC CREDOMATIC

Ingresar aquí

Solicitar aquí

Ilustración 2 Campaña carrusel rubros tarjeta EconoMía

BAC Credomatic 😄 entusiasmado(a). 10 de marzo · 🌐

🎉🎉🎉 #Tegucigalpa 🎉🎉🎉 Marco Antonio Solís está listo para este viernes. Faltan 3 días para ver al #MAS en #ConciertosBACCredomatic



Ilustración 3 video para actividad de ganar pases al concierto de Marco Antonio Solís
<https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/243899690109150/>

¡Ahorra hasta un 7% en tus compras de supermercados + el rubro que elijas con tu tarjeta de crédito EconoMía de #BACCredomatic! 🛒

Solicítala aquí: <http://bit.ly/2TtdjMk>



Ilustración 4 Rubros EconoMía <https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/1596285600510584/>



BAC Credomatic

5 de marzo a las 15:28 · 🌐

¡Festival Noche del Sabor! 🌙 Faltan 2 días para que disfrutes junto a Juanes y Piso 21 en #ConciertosBACCredomatic. Aprovecha de descuentos exclusivos con tus tarjetas de crédito y débito #BACCredomatic. Ingresa aquí <http://bit.ly/2TFBeqS>



Ilustración 5 Cuenta regresiva noche del sabor
<https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/249945049343435/>

BAC Credomatic 26 de febrero a las 21:04 · 🌐

¡Queremos cantar contigo! 🎤 Participa por pases dobles al concierto de Marco Antonio Solís en #Tegucigalpa. Responde correctamente las preguntas y #coméntanos que es lo que más te encanta de #ConciertosBACCredomatic 🌟

¡A nosotros nos encanta brindarles una total Experiencia BAC Credomatic!

Participa por pases dobles al concierto 🎤

¿Cuál es el nombre completo

Ilustración 6 Engagement Marco Antonio Solís

BAC Credomatic 25 de febrero a las 17:23 · 🌐

¡Cantemos junto a Juanes! 🎤 Encuentra y comenta el nombre de la canción, #etiqueta con quien irás al concierto. Estarás participando por pases dobles.

Ilustración 7 Engagement Juanes, imagen 360



Ilustración 8 Video Giro Ganador <https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/573754676564272/>



Ilustración 9 Fotografía del auto del Giro Ganador



Ilustración 10 Video ganadores de San Valentín
<https://www.facebook.com/BACCredomaticHN/videos/199666254729608/>



Ilustración 11 Engagement José Luis Perales



*Ilustración 12 Video Engagement Marco Antonio Solís
<https://www.facebook.com/eticketHN/videos/751432211929432/>*

Eticket Honduras
4 de marzo a las 19:04 · 🌐

Juanes cumplió un récord muy difícil para un artista latino: 100 semanas en la lista de ventas de los "Hot Latin Albums" de la revista Billboard con su disco "Un día normal".

Este sábado 7 de marzo puedes disfrutar junto a Juanes en el Festival Noche del Sabor ¡Descuentos con tus tarjetas de BAC Credomatic compra en nuestra página web <https://bit.ly/2VJ0HCo> !

#ConciertosBACCredomatic... Ver más

Conciertos **BAC**
Juanes
Lo que no sabías de...
Eticket

Ilustración 13 Contenido de valor Juanes

Eticket Honduras
11 de marzo a las 14:37 · 🌐

¡Felicidades a nuestros ganadores! Puedes recibir tus pases dobles al concierto de Marco Antonio Solís

Tegucigalpa
Dirección: Torre BAC Credomatic, tercer nivel, bulevar Morazán frente a tiendas Toño Rosa. ... Ver más

Conciertos BAC

¡Gracias a todos por participar!
anunciamos a nuestros ganadores de pases dobles
para el concierto de Marco Antonio Solís

Felicidades a:

| Tegucigalpa | San Pedro Sula |
|----------------------|--------------------------|
| Catherine Montenegro | Arjanie Polett Caballero |
| Eddas Josue | Miguel Angel Barrera |
| Arjanie Caballero | Cristopher Katsaros |

Eticket

Ilustración 14 Arte ganadores de pases para concierto

Eticket Honduras
27 de febrero a las 19:53 · 🌐

Recuerda que puedes encontrarlos en Tegucigalpa y San Pedro Sula, te compartimos los horarios de nuestros kioscos para que compres los boletos de tus eventos favoritos

#ExperienciaEticketHN

Horarios

| Tegucigalpa | | San Pedro Sula |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Mall Multiplaza | Metromall | Mall Multiplaza |
| Lunes-Sábado 10:00am-8:00pm | Lunes-Sábado 10:00am-7:00pm | Lunes-Sábado 10:00am-8:00pm |
| Domingo 10:00am-6:00pm | Domingo 10:00am-6:00pm | Domingo 10:00am-6:00pm |

5

Ilustración 15 Información de kioscos Eticket Honduras

 **Eticket Honduras** 23 de febrero a las 18:51 · 

¡Vivimos una noche de baladas con José Luis Perales! 

#ExperienciaEticketHN



Ilustración 16 Video Experiencia Eticket en Concierto de José Luis Perales
<https://www.facebook.com/eticketHN/videos/219933425868177/>



Ilustración 17 Estadísticas Eticket

Bibliografía

Concepto de . (20 de marzo de 2020). Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/>

World Finance. (6 de enero de 2020). *World Finance*. Obtenido de The voice of the market: <https://www.worldfinance.com/awards/digital-banking-awards-2019>

Diario La República (2011). «Utilidades del BAC Credomatic crecieron 26% desde la compra de Sarmiento Angulo».

BAC I CREDOMATIC (2014). «Alianza BAC|CREDOMATIC y Google». BAC I CREDOMATIC.

Estrategia y Negocios (2014). «Alianza BAC|CREDOMATIC y Google». Estrategia y Negocios.

Estrategia y Negocios (2013). «Alianza Ecobanking». Estrategia y Negocios.

Capital Financiero (2010). «El Banco de Bogotá concreta compra de BAC».

Portafolio (2010). «Hoy jueves se concreta la adquisición del grupo centroamericano, que en un principio la haría Aval.». CEET.