

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
ICONOS MAG**

**SUSTENTADO POR:
SUSEL NAHOMY TURCIOS OSEGUERA
21851081**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

FECHA: MAYO, 2022

Índice

Índice	I
Dedicatoria	IV
Agradecimientos	V
Resumen Ejecutivo	VI
Introducción	VIII
Capítulo I	9
1.1 Objetivos de la práctica profesional.	9
1.1.1 Objetivo General.	9
1.1.2 Objetivos Específicos.	9
1.2 Datos generales de la empresa.	9
1.2.1 Reseña histórica.	9
1.2.2 Misión.	11
1.2.3 Visión.	11
1.2.4 Valores	11
1.2.5 Organigrama.	11
Capítulo II	12
2.1 Actividades Realizadas.	12
2.1.1 Actividad Número 1: Diseño y desarrollo de regalo para aliados estratégicos.	12
2.1.2 Informes de cumplimiento para clientes.	13
2.1.3 Visita a clientes y creación de contenido para redes.	13
2.1.4 Desarrollar propuestas para clientes	14
Capítulo II	15
3.1 Propuestas de Mejora Implementadas	15
3.1.1 Propuesta 1: Desarrollo de cuadros de cumplimiento para cliente.	15
3.1.1.1 <i>Antecedentes.</i>	15
3.1.1.2 <i>Descripción de la propuesta.</i>	16
3.1.1.3 <i>Impacto de la propuesta.</i>	17

	II
3.1.2 Propuesta 2: Cuadro de control Notas Branding.	18
3.1.2.1 Antecedentes.	18
3.1.2.2 Descripción de la propuesta.	18
3.1.2.3 Impacto de la propuesta.	19
3.1.3 Propuesta 3: Cambio de presentación de propuestas e informes de cumplimiento para clientes.	19
3.1.3.1 Antecedentes.	19
3.1.3.2 Descripción de la propuesta	20
3.1.3.3 Impacto de la propuesta	21
3.2 Propuestas de Mejora	21
3.2.1 Propuesta 1: Estructura de organización de contenidos para Instagram de la revista.	21
3.2.1.1 Antecedentes.	21
3.2.1.2 Descripción de la propuesta	22
3.2.1.3 Impacto de la propuesta	27
3.2.2 Propuesta 2 : Generar contenido a partir de notas previamente publicadas.	27
3.2.2.1 Antecedentes.	27
3.2.2.2 Descripción de la propuesta.	27
3.2.2.3 Impacto de la propuesta	28
Capítulo IV	29
4.1 Conclusiones	29
4.2 Recomendaciones	30
4.2.1 Recomendaciones para la empresa	30
4.2.2 Recomendaciones para la institución	30
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes	30
Bibliografía	31
Glosario de Términos	33
Anexos	35
Anexo 1 : FODA de la empresa	35
Anexo 2 : Antes y después de propuestas comerciales	36
Anexo 3 : Antes y Después de informes de cumplimiento de clientes	38

Índice de Figuras

Figuras 1: Organigrama de la empresa	11
Figuras 2: Cuadro de control de clientes general	16
Figuras 3: Cuadro de control de clientes detallado.....	17
Figuras 4: Cuadro control de Notas Branding.....	19
Figuras 5: Antes y Después Propuestas publicitaria	20
Figuras 6: Antes y Después de informes de cumplimiento para clientes.....	21
Figuras 7: Estructura de posteos diarios en el feed de Instagram	23
Figuras 8: Estructura de contenido para el feed de Instagram.....	24
Figuras 9: Estructura de contenido para historias diarias de Instagram.....	26
Figuras 10: Nota Uso correcto e importancia del bloqueador solar	28

Dedicatoria

El siguiente Informe de práctica profesional es dedicado en primer lugar a mis padres, Heaven Sleep Oseguera Peña y Cesar René Turcios Fuentes quienes han sido mi más grande inspiración y fortaleza durante mis años de carrera profesional, me encuentro eternamente agradecida con Dios por ustedes, su apoyo incondicional, esfuerzo, amor y confianza depositada en mi persona. Gracias por inculcarme valores, guiarme por el camino del bien y volver mi formación académica y personal en su prioridad.

A mi hermano Cesar René Turcios Fuentes quien ha estado conmigo siempre, motivándome a volverme un mejor ser humano y su ejemplo a seguir.

A mis tías Doris Maritza Turcios y Harding Irayda Peña, Mi prima Sonia Paola Turcios quien siempre me ha dado fortaleza y ha confiado en mis capacidades, Mis abuelos paternos, mi bisabuela materna, quienes forman parte muy importante de mi vida. Mi amor y respeto para cada uno de ustedes.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de formarme profesionalmente, por guiarme y darme fortaleza en los momentos difíciles, por brindarme salud y capacidad para desenvolverme durante mis años de estudio.

Agradezco a la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por proporcionarme una educación de calidad, en diferentes ámbitos. A cada uno de los catedráticos que contribuyeron con mi formación, gracias por compartir conmigo sus valiosos conocimientos y experiencias de vida. Mi especial agradecimiento a los Licenciados: Mirna García, Alejandra Danilov, Ana Dubón, Mario Ramos, Rosinda Figueroa y Fanny Cáceres, quienes me permitieron marcar un antes y después de sus enseñanzas compartidas.

A mis amigas Alejandra Oliva, y Tanya Flamenco, quienes siempre me inspiraron y animaron a hacer las cosas de la mejor manera. A la coordinadora académica mi carrera Gina Cáliz por su total dedicación y apoyo en las gestiones requeridas a lo largo de mi carrera.

Al mismo tiempo quiero agradecer a la Familia de Iconos Mag por abrirme sus puertas y especialmente a Sabino Gámez Director y fundador de la revista quien no dudó en ningún momento en compartir su conocimiento, experiencia, información relevante y confidencial de la empresa para garantizar mi aprendizaje.

Resumen Ejecutivo

La práctica profesional se desarrolló en la revista digital Iconos Mag (HN Outsourcing S de RL) localizada en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras. La empresa fue fundada en el año 2018. Iconos Magazine, es una revista digital de moda, actualidad, estilo de vida, y sobre todo, de la sociedad Hondureña. Su filosofía se basa en la realización de un periodismo social íntegro y responsable libre de colores y verdaderamente útil. Es contemporánea, fresca, diversa e inclusiva. Sus contenidos tienen un enfoque diferente, buscando dar la noticia con un ángulo más personal, con estética y precisión. Iconos Magazine, esta dirigida a la sociedad hondureña, buscando que todos puedan sentirse identificados y conectados con ella, independiente a la profesión, estrato social, cultura e ideologías que puedan tener sus usuarios. La revista desarrolla cobertura de eventos sociales y de otra índole, publica notas de muy buena calidad, cuenta con personal muy capacitado, versátil y proactivo. En la empresa el pasante universitario se desempeña en el área de mercadeo-ventas y administración de la revista y cotidianamente aplica cada una de las habilidades y conocimientos adquiridos durante sus años de estudio en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, la práctica profesional se llevó a cabo en los meses de enero a abril. El pasante universitario desarrolló actividades como, informes de cumplimiento para clientes, propuestas publicitarias para clientes, desarrollo de regalos para aliados estratégicos, visitas a clientes, participación en creación de contenidos, creación de *giveaways*, contabilización de notas *branding*, entre otras actividades. Las primeras semanas de práctica profesional el estudiante se dedicó a adquirir conocimientos referente a la empresa y su forma de trabajo, lo que más tarde, luego de un análisis minucioso le permitió identificar puntos de mejora claves para la empresa. Una vez identificados estos aspectos, el estudiante desarrolló y presentó propuestas de mejora, las cuales fueron aprobadas e implementadas obteniendo resultados satisfactorios, dentro de estos cambios se pueden mencionar, mejoró el cumplimiento hacia los clientes, se le proporcionó informes mas visuales y organizados entre otras actividades como ser el desarrollo de cuadro de control para la redacción de notas *branding* para aliados estratégicos. Además, el pasante desarrolló propuestas para la empresa que podrán implementar en un futuro cercano en el caso de ser aprobadas, traerán resultados positivos para la maraca. La práctica profesional permitió al practicante contar con un agradable acercamiento a la vida laboral, experimentando en carne propia algunos problemas a los cuales se tuvo que proponer soluciones, generando propuestas de mejora, laborando con

tiempo limitado y bajo presión en algunos casos, pero disfrutando de la oportunidad de aprender en un ambiente agradable y experimentado. Sin lugar a duda el aprendizaje no termina aquí, inicia una nueva etapa, con nuevas oportunidades, nuevas personas y muchos cambios personales y profesionales, en busca del crecimiento.

Al finalizar el estudiante genera una serie de conclusiones, recomendaciones, para la empresa la institución y futuros practicantes.

Introducción

El presente informe visualiza, la experiencia que conlleva el desarrollo de la práctica profesional en la revista digital Iconos Mag (HN Outsourcing S de RL), de manera específica en el área de mercadeo-ventas y administración de la revista. Durante el periodo que abarca del 17 de enero al 04 de abril del año 2022, la cual se desarrolla de forma presencial. Dentro de este tiempo, el estudiante conoce la forma de trabajo de la empresa y desarrolla actividades como informes de venta, informes de clientes, elaboración de propuestas para clientes, visitas a clientes de la marca, entre otras actividades donde, el estudiante y actualmente pasante, deberá implementar los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana.

Referente a la estructura del informe, en el Capítulo primero se encuentra información como, los objetivos generales y específicos de la práctica profesional, datos generales de la empresa como ser su reseña histórica , misión, visión, organigrama y valores por los cuales se rige la empresa. Seguidamente el capítulo segundo proporciona información en relación a las actividades a realizar en la empresa, posteriormente se presenta el capítulo tercero el cuál se subdivide en la propuesta de mejora implementada la cual son específicamente aquellas , desarrolladas e implementadas por el estudiante y aprobadas por la empresa. Por otro lado, se incluyen las propuestas de mejora, que contribuyen a la empresa y cuya implementación depende netamente de la empresa. En el cuarto y último capítulo se engloban las conclusiones

generadas a partir del juicio personal del estudiante, los objetivos previamente planteados en los inicios de la práctica profesional y los resultados obtenidos, además se añaden recomendaciones a la empresa, la institución educativa y futuros estudiantes que podrían involucrarse con la revista Iconos Mag durante su práctica profesional.

Capítulo I

1.1 Objetivos de la práctica profesional.

1.1.1 Objetivo General.

Implementar los conocimientos y habilidades adquiridas durante los años de estudio universitario en la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales, para el desarrollo de las actividades requeridas por la revista digital Iconos Mag; durante el periodo de práctica profesional establecido del 17 de enero al 04 de abril del año 2022.

1.1.2 Objetivos Específicos.

- Conocer la forma de trabajo de la empresa en el desarrollo de actividades como: informes de venta, informes de clientes, propuestas comerciales, para proceder a la realización de las mismas, durante el plazo del 17 de enero al 04 de abril del año 2022.
- Analizar las actividades del área de mercadeo - ventas y administración de la revista, para identificar oportunidades de mejora y posteriormente desarrollar propuestas orientadas a las problemáticas identificadas.
- Implementar algunas propuestas de mejora desarrolladas para la empresa, en la medida que sea posible durante el periodo de práctica ya establecido, en búsqueda del fortalecimiento del área.

1.2 Datos generales de la empresa.

1.2.1 Reseña histórica.

Iconos Magazine, es una revista digital de moda, actualidad, estilo de vida y, sobre todo, de la sociedad Hondureña. La revista esta arraigada en San Pedro Sula, Honduras y nació oficialmente el 19 de marzo del 2018. Su filosofía se basa en la realización de un periodismo social íntegro y responsable libre de colores y verdaderamente útil. La prioridad de su plataforma digital, es publicar en tiempo real, conectando cada evento, casi de manera

inmediata, con todos sus lectores. Es una revista local, que busca llegar a todos los públicos, desde los más jóvenes hasta la generación más adulta. Es contemporánea, fresca, diversa e inclusiva. Aspira a llegar de manera inmediata a todos sus lectores, a través de sus dispositivos electrónicos; ya sea celular, *tablet* o computadora.

Sus contenidos tienen un enfoque diferente, buscando dar la noticia con un ángulo más personal, con estética y precisión. Iconos Magazine, esta dirigida a la sociedad hondureña, buscando que todos puedan sentirse identificados y conectados con ella, independiente a la profesión, estrato social, cultura e ideologías que puedan tener sus usuarios.

Iconos es una revista dinámica, con la mejor calidad, cantidad y variedad de fotos, video reportajes y notas editoriales del momento. Su objetivo es conectar al comerciante y empresario Hondureño, además de las marcas internacionales posicionadas en Honduras, con todo consumidor, creando así una relación estrecha e inmediata, con su *público objetivo*¹.

Los tres ejes de esta plataforma digital que engloba la revista ICONOS son; la web, con una experiencia de cliente e interactiva, la Televisión, a través de su programa Iconos TV semanal, además de sus video reportajes y por último el *FlipBook*² que será la manera digital, de materializar todo esto, en lo que hasta ahora conocemos como una revista impresa (Iconos Mag,2018).

¹ Ver glosario de términos "Público Objetivo"

² Ver glosario de términos "FlipBook"

1.2.2 Misión.

Ser la voz del público, no la opinión pública (Iconos Mag, 2018).

1.2.3 Visión.

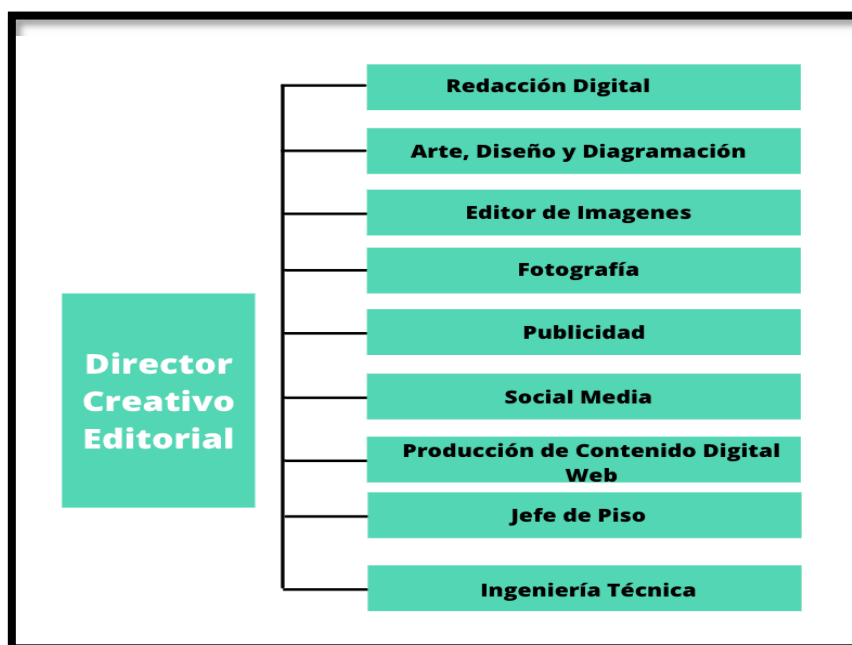
Convertirnos en la empresa de medios digitales más prestigiosa en Centro América (Iconos Mag, 2018).

1.2.4 Valores

- Integridad
 - Confiabilidad
 - Transparencia.
 - Liderazgo
 - Innovación
- (Iconos Mag, 2018).

1.2.5 Organigrama.

Figuras 1: Organigrama de la empresa



Fuente: Iconos Mag, 2018.

Capítulo II

2.1 Actividades Realizadas.

La práctica profesional se desarrolla en el departamento de mercadeo de la revista digital Iconos Mag, donde el estudiante se ha desempeñado como pasante de mercadeo y ha efectuado diferentes tareas como ser: informes de cumplimiento para clientes, desarrollo de propuestas, visitas a clientes, entre otras actividades las cuales, se presentarán a mayor detalle seguidamente.

El departamento de mercadeo se mantiene en constante comunicación con las otras áreas de la empresa. Por ejemplo, se mantiene en estrecha comunicación con el departamento de redacción para garantizar el cumplimiento de las notas *branding*³ que se mantengan programadas para días próximos, dicho departamento se mantiene en constante comunicación con el área de diseño gráfico.

2.1.1 Actividad Número 1: Diseño y desarrollo de regalo para aliados estratégicos.

La revista digital Iconos Mag recientemente extendió sus operaciones a la Ciudad capital del país, Tegucigalpa. La empresa consideró importante el desarrollo de presentes para aliados estratégicos en mencionada ciudad, por lo que el estudiante tuvo la responsabilidad de desarrollar cada uno de los presentes, los cuales serían entregados por miembros del staff de Iconos Mag Tegucigalpa en futuros encuentros con dichos aliados, con la finalidad de obtener una agradable presentación e intercambio de contactos. Los presentes fueron desarrollados en aproximadamente dos días y los resultados fueron satisfactorios. Previo al desarrollo de los presentes, se consideró un presupuesto fijo para los arreglos, el estudiante tuvo que desarrollar cotizaciones, previo a la aprobación. Una vez aprobado, tuvo que realizar las compras de cada uno de los elementos necesarios y posteriormente armar cada uno de los regalos, los cuales resultaron 30 en total.

³ Ver glosario de términos “Branding”

2.1.2 Informes de cumplimiento para clientes.

Para el desarrollo de esta actividad, el estudiante tuvo que someterse a una explicación previa con la persona del área a cargo de desarrollar mencionados informes, para conocer el contenido de cada uno, las fechas de entrega y periodos que abarcan.

Los informes se desarrollan de forma periódica para cada una de las marcas con las que se este laborando, incluyen de forma detallada el cumplimiento de cada uno de los puntos que se especifica en las propuestas de trabajo previas, su alcance, nivel de interacción con el contenido compartido, entre otros aspectos relevantes. El estudiante debía revisar cada una de las redes sociales de la revista de forma manual para evaluar el cumplimiento o incumplimiento de los puntos propuestos, el desarrollo de cada informe tarda entre 4 -8 horas y los resultados fueron satisfactorios puesto que el estudiante propuso una forma más visual y organizada al momento de se presentados. La empresa actualmente trabaja con empresas como Cargill Honduras, Universidad Tecnológica de Honduras, Mall Galerías del valle, Toyota Honduras, Agua Zen, Hotel Copantl, Cofisa, Relax Home, Corporación Lady Lee, entre otros.

Dentro de los aspectos a evaluar se encontraban, historias de *Instagram*⁴ y *Facebook*⁵, posteos en el *feed*⁶ de *Instagram*, *reels*⁷, videos promocionales, posteos en el *feed* de *instagram*, *banners* publicitarios⁸ en el sitio web de la revista, *highlights*⁹ en *Instagram* entre otros.

2.1.3 Visita a clientes y creación de contenido para redes.

Para el desarrollo de esta actividad el estudiante tuvo que asistir en conjunto con miembros del departamento de mercadeo, audiovisual y fotografía a puntos de venta de marcas con las que se estaba trabajando en conjunto para el desarrollo de contenido digital, el cual se emplearía posteriormente en redes sociales y sitio web de la revista Iconos Mag. Dichas actividades se desarrollaban entre 2- 5 horas, variando según lo que el cliente solicitara y abarcara la propuesta de trabajo. Obteniendo resultados satisfactorios.

⁴Ver Glosario de términos "*Historias de instagram*"

⁵Ver Glosario de términos "*Historias de Facebook*"

⁶Ver Glosario de términos "*Feed*"

⁷Ver Glosario de términos "*Reels*"

⁸Ver Glosario de términos "*Banner Publicitario*"

⁹Ver Glosario de términos "*Highlight*"

2.1.4 Desarrollar propuestas para clientes

Para el desarrollo de esta actividad el estudiante previamente tuvo que someterse a una explicación previa, brindada por el jefe a cargo, donde tuvo la oportunidad de conocer los tipos de propuestas que la revista Iconos Mag tiene para sus aliados comerciales¹⁰ y el contenido de cada una. Posteriormente el estudiante se encontró en la capacidad de realizar cada una de las propuestas de las propuestas según fueran solicitadas, durante los días posteriores el estudiante propuso a la marca una forma más visual y organizada de presentar las propuestas a sus aliados comerciales, la cual fue aceptada e implementada de inmediato.

El desarrollo de cada propuesta variaba según la marca o finalidad del cliente. Se desarrollan propuestas para coberturas de eventos en específico y propuestas de trabajo mensuales, trimestrales o anuales para empresas. Cada una de las propuestas elaboradas por el practicante eran supervisadas por el jefe a cargo antes de ser enviadas al cliente, en su mayoría las propuestas eran consideradas como “excelentes y sin errores”.

¹⁰ Ver glosario de términos “Aliados comerciales”

¹ Ver anexos 1 “Antes y después de propuestas comerciales”

Capítulo II

A continuación, se presenta el Capítulo tercero en el cual se detallan las propuestas de mejora implementadas y planteadas para la empresa Iconos Mag donde, el pasante universitario desarrolla su práctica profesional. Dichas propuestas fueron Ideadas e implementadas por el pasante, teniendo como finalidad la mejora constante de los procesos de la empresa, la aprobación e implementación de las mismas.

3.1 Propuestas de Mejora Implementadas

3.1.1 Propuesta 1: Desarrollo de cuadros de cumplimiento para cliente.

3.1.1.1 *Antecedentes.*

En la actualidad la revista brinda a sus clientes diferentes servicios como ser paquetes de redes sociales, desarrollo y publicación de notas *branding*, difusión de notas, creación de contenido fotográfico y videográfico, *lives* a través de sus diferentes plataformas, coberturas de eventos, banners publicitarios en el sitio web oficial de la revista, entre otros.

La empresa considerando las necesidades del cliente, sus intereses, lo que pretende lograr y su presupuesto, desarrolla una propuesta brindando los servicios que mejor le convengan. Posteriormente se revisa y envía la propuesta al cliente y en el caso de aprobarse la pauta se empieza a cumplir con el contenido de la misma. La empresa extiende al finalizar el mes, un informe de cumplimiento al cliente en el cual se detalla de manera muy específica, el cumplimiento de cada uno de los servicios brindados, incluyendo, alcance, reacciones, comentarios, reproducciones entre otros aspectos considerados relevantes para el cliente.


El pasante universitario como se mencionó anteriormente, fue instruido para ser capaz de desarrollar dichos informes, a medida avanzó el periodo de práctica profesional y se fueron desarrollando informes el practicante identificó que el proceso para desarrollar los informes era largo, llegando a tardar entre 1-4 horas según el cliente y lo que se debía cumplir, en muchos casos no se cumplía con lo trazado en la propuesta, debido a diversas razones por ejemplo la falta de planificación, por lo que consideró una opción que permitiera un mejor manejo y control de los servicios que se le proporcionan a cada cliente.

3.1.1.2 Descripción de la propuesta.

Una vez identificada la problemática el estudiante procedió a indagar en información acerca de los clientes que la empresa contaba, que servicios se le ofrecían a cada uno, cual era el costo por los servicios brindados, fechas de inicio de mes, etc.

El pasante consideró conveniente desarrollar dos cuadros de organización por cliente, el primer cuadro incluye información general la cual puede ser actualizada de forma mas fácil como ser: la actividad que se debe desarrollar, su cumplimiento o incumplimiento y el mes en el que se está contabilizando el trabajo a continuación, se añade una ilustración ejemplo.

Figuras 2: Cuadro de control de clientes general

							
AÑO	MES	ACTIVIDAD POR CUMPLIR					
		BANNER	FOTOGALERÍAS (2)	PAQUETE DE REDES			
4 CORTINAS DE VIDEO	10 HISTORIAS DE INSTARAM			8 FOTOS EN ÁLBUM	2 VIDEOS PROMOCIONALES		
2022	ENERO	COMPLETO	x	2/4	COMPLETO	COMPLETO	COMPLETO
	FEBRERO	COMPLETO	X	4/4	6/10	10/8	PENDIENTE
	MARZO	COMPLETO	COMPLETO	2/4	6/10	1/8	COMPLETO
	ABRIL						
	MAYO						
	JUNIO						
	JULIO						
	AGOSTO						
	SEPTIEMBRE						
	OCTUBRE						
	DICIEMBRE						

Fuente: Elaboración propia

El cuadro presentado permite percibir un panorama general de el cumplimiento de la propuesta para el cliente Toyota Honduras - Grupo Flores en los meses transcurridos del año, el tiempo que abarca su pauta hasta la fecha.

El segundo cuadro desarrollado por el pasante para llevar a cabo un mejor control consiste en un cuadro resumen de mes a mes donde se detalla de forma más puntual, la actividad a desarrollar, evidencia de la actividad desarrollada, fecha de publicación o periodo que se mantiene, alcance obtenido, y el enlace o plataforma donde se ha publicado el contenido.

Figuras 3: Cuadro de control de clientes detallado

RESUMEN MES DE ENERO				
ACTIVIDAD	EVIDENCIA	FECHA	ALCANCE	LUGAR
BANNER EN FOTOGALERÍA		PERMANENTE	1,572,398 Impresiones, 884 clicks reedireccionados	WWW.ICONOSMAG.COM
BANNER EN NOTAS (CORTESÍA)		PERMANENTE	742,909 impresiones, 1035 clicks redireccionados	WWW.ICONOSMAG.COM
FOTOGALERÍA 1	FALTA	PERMANENTE	VARÍA SEGÚN NOTA	WWW.ICONOSMAG.COM
FOTOGALERÍA 2	FALTA	PERMANENTE	VARÍA SEGÚN NOTA	WWW.ICONOSMAG.COM
VIDEO PROMOCIONAL EN EL FEED 1		23 DE DICIEMBRE DEL 2021	10 ME GUSTA, 575 VISTAS Y 2,414 PERSONAS ALCANZADAS HASTA LA FECHA.	INSTAGRAM

Fuente: Elaboración propia, información adquirida por parte de la revista Iconos Mag.

El desarrollo de este segundo cuadro permite tener una visualización más específica del cumplimiento de la propuesta del cliente Toyota Honduras – Grupo Flores, al mismo tiempo este cuadro se puede completar semanalmente, lo que permitirá que el desarrollo del informe mensual para el cliente sea mucho más rápido al tener toda la información necesaria para llevarlo a cabo. Cabe destacar que la imagen compartida proporciona un breve contenido del mismo.

3.1.1.3 Impacto de la propuesta.

La propuesta generada al estar organizada en su mayoría fue presentada al jefe a cargo quien, la aprobó de inmediato para su implementación, actualmente los cuadros de cumplimiento son actualizados con semanal y utilizados mensualmente para el desarrollo de los informes para clientes. La implementación de la propuesta facilita el desarrollo de los informes de cumplimiento para los clientes de la revista Iconos Mag, previo a la implementación la realización de los informes tomaba entre 1-4 horas la realización y en la actualidad toma entre

15-30 minutos variando según el cliente y la magnitud de lo que se le debe cumplir. Logrando con esto una reducción considerable de tiempo.

3.1.2 Propuesta 2: Cuadro de control Notas Branding.

3.1.2.1 Antecedentes.

La revista ofrece a sus aliados estratégicos dentro de sus servicios el desarrollo y publicación de notas *branding* las cuales deben ser desarrolladas en tiempo y forma por el equipo de redacción de la revista, al desarrollar los informes de cumplimiento para los clientes, el practicante percibió que algunas de las notas *branding* incluidas en las propuestas no se cumplían por falta de organización, tiempo, comunicación u otros factores, dichos factores fueron identificados por el practicante y validados por el equipo de redacción.

3.1.2.2 Descripción de la propuesta.

La propuesta consiste en desarrollar un cuadro general donde se detalle las personas a cargo de las marcas/ empresas con las cuales se esté laborando, la cantidad de notas a cumplir por mes de cada marca y el mes en el que se está laborando, donde se detalla el cumplimiento o incumplimiento de las mismas. El desarrollo del cuadro y organización del estudiante fue presentado al jefe a cargo y aprobado de inmediato para emplearlo. Se recomienda que el cuadro sea actualizado de forma semanal para manejar un mejor control de las notas y los tiempos para que se cumplan. La actualización del cuadro puede ser ejecutada por la persona a cargo de los informes de cumplimiento para los clientes. Dicho cuadro se encuentra en *Google drive* y fue compartido con todos los miembros del equipo de redacción.

Figuras 4: Cuadro control de Notas Branding

PERSONA A CARGO	MARCA	CANTIDAD DE NOTAS AL MES	2022												
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTURE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
ERIKA	JAREMAR	1	X	COMPLETO	COMPLETO										
	AGUA ZEN	1	X	COMPLETO (la20)											
	GARGILL	1	X	2/1											
	DELICIA	1	X	COMPLETADO											
	COFISA	2	1DE 2	3/2											
	INTERCONTINENTAL	1	X	2/1	COMPLETADO										
	COPANTL	1	2/1	4/1											
	HILTON	2	COMPLETO	COMPLETO											
FÁTIMA	UCENM	2	1/2	1/2											
	UTH	1	COMPLETO	5/1	COMPLETO										
	USAP	1	COMPLETO	x											
	MALL GALERIAS		NOTA PREVIA Y POST EVENTO	X	COMPLETO	COMPLETO									
	POLLO NORTEÑO	1	X	COMPLETO											
SABINO	WASHINGTON ACA.	4	1/4	2/4											
	PRESSTO FOOD	1	X	X											
	RELAX HOME	1	COMPLETO	COMPLETO	COMPLETO										
BRIAN	TOYOTA	1	COMPLETO	X	COMPLETO										

Fuente : Elaboración Propia

3.1.2.3 Impacto de la propuesta.

La propuesta presentó un impacto positivo para la organización y cumplimiento de las notas *branding* para los clientes, las personas a cargo de redacción pueden avanzar cada una de las notas que les competen, evitando el incumplimiento de las mismas, al mismo tiempo se aprecia el mejor cumplimiento de las notas comparando el mes de enero y febrero. Logrando percibir que para el mes de Febrero el 98% de las notas *branding* se cumplieron y superaron por ejemplo el caso del Hotel Copantl donde se generaron 4 notas de 1 que incluye la pauta.

3.1.3 Propuesta 3: Cambio de presentación de propuestas e informes de cumplimiento para clientes.

3.1.3.1 Antecedentes.

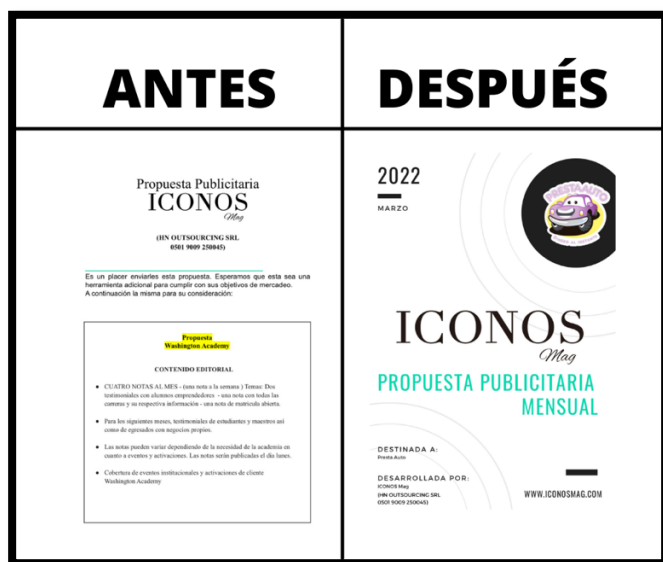
Como se mencionó anteriormente, la revista extiende a sus aliados estratégicos propuestas para la pauta donde se indican los servicios a proporcionar, al aprobarse la pauta la revista comparte con sus clientes informes de cumplimiento detallado de forma mensual o trimestral según el cliente lo solicite. El pasante universitario una vez se le instruyó como realizar propuestas e informes, Identificó una oportunidad de mejora en ellas, referente a lo visual/ presentación de las mismas, la marca no contaba con una plantilla que se adecuara a su línea de trabajo, en ciertos casos la forma de presentar los informes de cumplimiento se percibían desorganizados.

3.1.3.2 Descripción de la propuesta

El pasante universitario propuso un cambio visual en primer lugar para las propuestas publicitarias de la revista, para este cambio el practicante buscó y personalizó una plantilla para la marca Iconos Mag y adicional a esto añadió datos como las cifras orgánicas de la marca en las diferentes plataformas, y datos relevantes sobre el público de la revista, edades, género, dispositivos a partir de los cuales acceden en su mayoría al contenido, dicha información se le proporciona al cliente. Al mismo tiempo la plantilla fue empleada para el desarrollo y organización de las propuestas publicitarias para clientes. Dicha plantilla se desarrolló en Canva y se incluyeron elementos que contribuyen a la organización de la información para que sea más fácil comprender la información.

Se compartió link para que pueda ser editada según la necesidad, alguien a cargo del área de ventas podrá realizar las propuestas sin problema alguno.

Figuras 5: Antes y Después Propuestas publicitaria



Fuente: Elaboración propia

En la sección de anexos se puede apreciar la propuesta completa.

Figuras 6: Antes y Después de informes de cumplimiento para clientes



Fuente : Elaboración propia

En la sección de anexos se puede apreciar el informe completo

3.1.3.3 Impacto de la propuesta

Los cambios desarrollados fueron presentados y aprobados de inmediato para su implementación, logrando obtener una propuesta e informe más visual y organizado lo cual facilita la comprensión del contenido de cada una de las mismas.

3.2 Propuestas de Mejora

3.2.1 Propuesta 1: Estructura de organización de contenidos para Instagram de la revista.

3.2.1.1 Antecedentes.

Como se mencionó el practicante universitario ha venido desarrollando un seguimiento de el cumplimiento de la revista con sus clientes y ha logrado identificar que en algunos casos la revista ha venido incumpliendo ciertos indicadores o aspectos contemplados en las propuestas publicitarias que se han proporcionado a sus clientes. Dentro de ellos se pueden mencionar , falta de *stories* publicadas, falta de posteos en el *feed*, falta de posteos de videos promocionales,

entre otros, dentro de los cuales en su mayoría son en *Instagram*. En primer lugar, el estudiante consideró el desarrollo de un calendario de contenidos, sin embargo en diversas ocasiones las coberturas de los eventos surgen sin previo aviso o con poco tiempo de anticipación, por lo que sería complicado planificar dicho contenido, de ese modo se vio como una mejor opción establecer un esquema del contenido que se vaya generando el cual se presentará a continuación.


3.2.1.2 Descripción de la propuesta

Para las empresas, ideas, proyectos, negocios o emprendimientos, Instagram representa sin duda una excelente oportunidad para comercializar tus productos a un público más específico e interesado. Pero no solo se trata de subir contenido, también se trata de causar una buena impresión ante los clientes y seguidores en general, y esto se puede lograr manteniendo un *feed* organizado en *Instagram*. Al mantener un *feed* organizado llamará la atención de los seguidores de inmediato. Si se opta por un estilo de *feed* y se apega a él, las personas lo asociarán con el nombre de la marca, y de esta forma las publicaciones serán más reconocibles. Un *feed* organizado refleja profesionalismo y dedicación, un punto a favor para ganar la confianza de los posibles clientes (Albornoz,2019).

El pasante universitario desarrolló la siguiente propuesta de estructura de contenido para Instagram tomando en cuenta los clientes que actualmente tiene la empresa y las propuestas generadas para cada uno.

- Estructura de Contenido para el *feed* de Instagram: En primer lugar, el pasante universitario analizó cada una de las propuestas por cliente, los horarios en los que los usuarios están más activos entre otros aspectos. La persona a cargo del manejo de las redes sociales y en este caso específico *Instagram*. Deberá realizar posteos al día según la estructura propuesta a continuación:

Figuras 7: Estructura de posteos diarios en el feed de Instagram



Instagram

Estructura posteos diarios en el feed

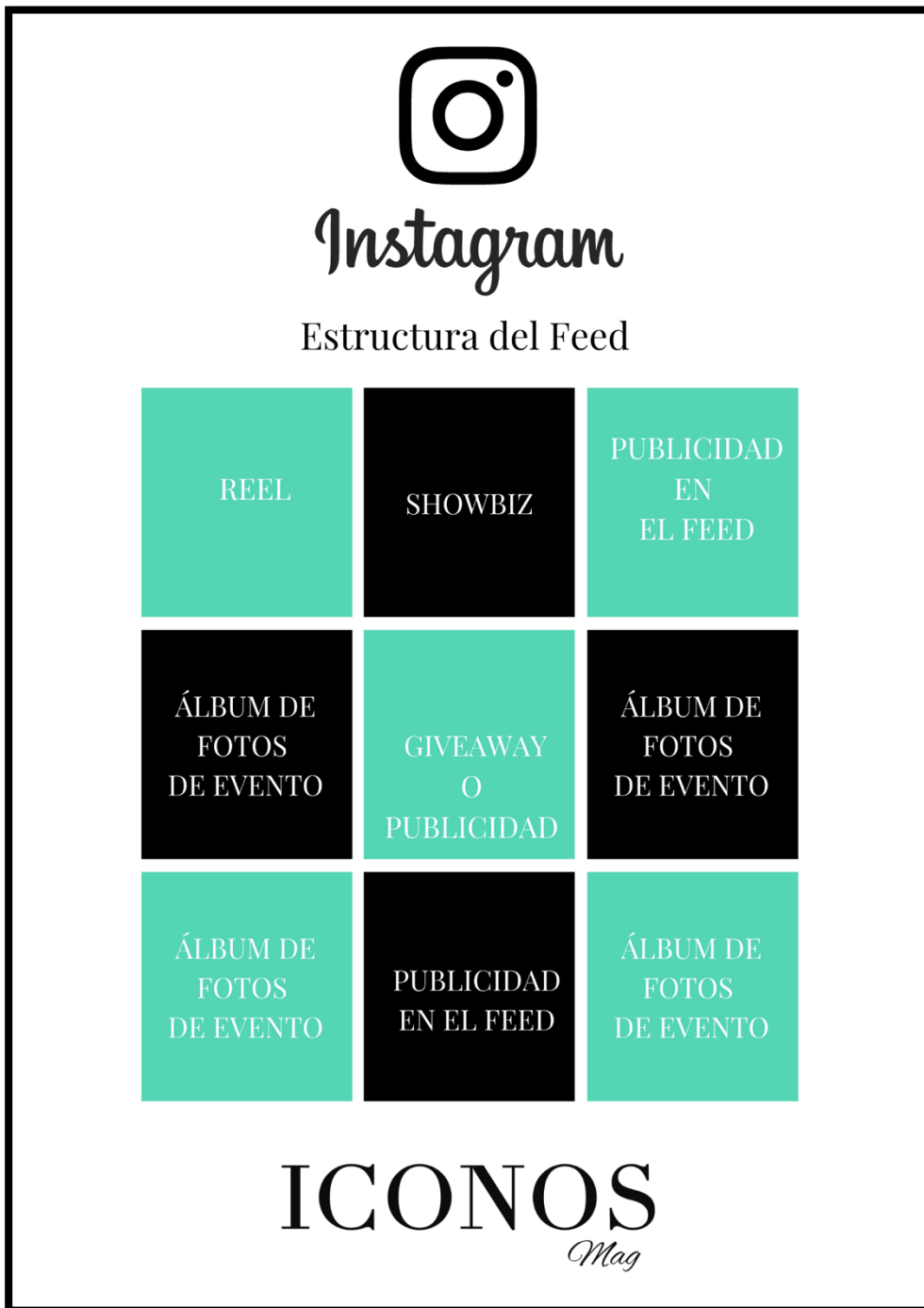
No.	Día 1	Día 2
1	Álbum de fotos - 4:00PM	Giveaway/Publicidad - 4:00PM
2	Publicidad en el feed - 5:00PM	Álbum de fotos - 5:00PM
3	Álbum de fotos - 7:00PM	Publicidad en el Feed - 6:00PM
4	Álbum de fotos - 8:00PM	Showbiz - 7:00PM
5	-	Reel - 8:00PM

ICONOS
Mag

Fuente: Elaboración propia

Día 1 y 2 se irán alternando para lograr cumplir con todos los clientes de la revista y las propuestas planteadas. Por ejemplo se recomiendan los posteos después de las 4:00pm por que a partir de este horario los seguidores se mantienen más activos y podría traer mejores interacciones con los posteos del feed.

Figuras 8: Estructura de contenido para el feed de Instagram




Fuente: Elaboración Propia.

Esta imagen permite percibir una idea general de la estructura del *feed* de la revista.

Al realizar los posteos como se plantea, se obtendrá la siguiente estructura.

- Estructura de contenido para historias: El pasante universitario analizó cada una de las propuestas por cliente, los horarios en los que los usuarios están mas activos entre otros aspectos. La persona a cargo del manejo de las redes sociales y en este caso específico *Instagram*. Deberá realizar posteos de historias al día según la estructura propuesta a continuación:

Figuras 9: Estructura de contenido para historias diarias de Instagram



Instagram

Estructura del las Historias Diarias

No.	Descripción	Hora
1	Compartir Nota	1:30PM
2	Compartir Nota	2:00PM
3	Fotogalería	2:30 PM
4	Publicidad	3:00pm
5	Compartir Nota	3:30PM
6	Compartir Nota	4:00PM
8	Fotogalería	4:30PM
9	Publicidad	5:00PM
10	Compartir Nota	5:30PM
11	Compartir Nota	6:00PM
12	Giveaway	6:30PM

ICONOS
Mag

Fuente: Elaboración propia.

El posteo de historias a partir de la 1:30pm permitirá obtener mejores resultados tomando en cuenta los horarios en que los usuarios se encuentran más activos considerando las estadísticas de la cuenta.

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Al llevar a cabo la implementación de la propuesta se garantizará la organización y el cumplimiento de la propuesta que se le extiende al cliente en su totalidad. Cabe destacar que la propuesta debe ser modificada al añadirse nuevos integrantes a la cartera de clientes de la empresa, al mismo tiempo es importante analizar el alcance de los posteos y si el número de seguidores aumenta .

3.2.2 Propuesta 2 : Generar contenido a partir de notas previamente publicadas.

3.2.2.1 Antecedentes.

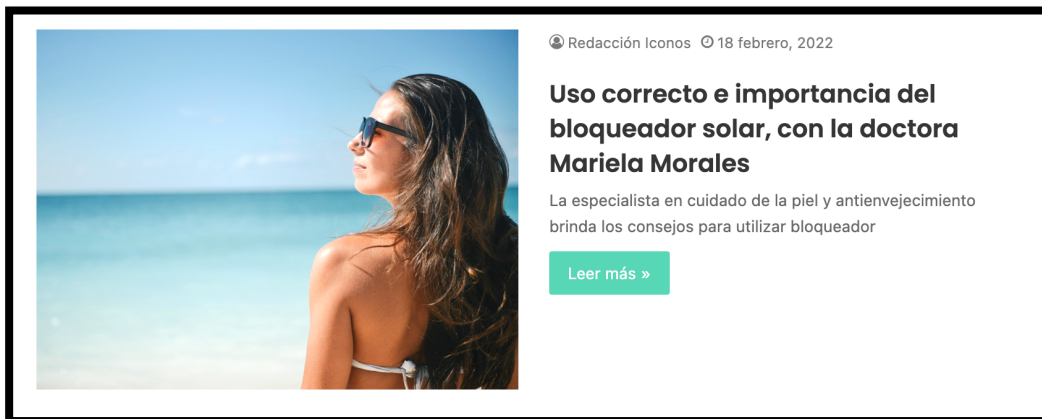
La revista hasta la fecha a creado diverso contenido de valor para sus lectores y dicho contenido se encuentra albergado su sitio web, al pasar los meses algunas de sus notas pasan desapercibidas y no alcanzan a tener nuevas visitas, por lo que el pasante universitario desarrolló la propuesta que se presenta a continuación

3.2.2.2 Descripción de la propuesta.

Los *Reels* permiten a las marcas orientar las visitas del perfil de Instagram directamente hacia al sitio web. Coloca en el perfil la URL de la página y utiliza *Reels* para anunciar contenido interesante que los usuarios pueden encontrar en tu web (Peralta 2021).

Generar *reels* o videos cortos a partir de notas publicadas ya sean recientes o no tan recientes con el objetivo de aprovechar el contenido generado y atraer nuevos lectores a la nota, por ejemplo a continuación se presenta una nota reciente referente al uso correcto del bloqueador solar, dicha nota podría generar interés para los usuarios de *Instagram* al encontrarse próximas las vacaciones de verano por Semana Santa. La persona a cargo de redes sociales puede desarrollar un *reel* o video corto incluyendo datos relevantes incluidos en la nota y posteriormente invitar al usuario a acceder a la nota completa en el sitio web de la revista, añadiendo *hashtags* relevantes acuerdo al video desarrollado .

Figuras 10: Nota Uso correcto e importancia del bloqueador solar



Fuente: Sitio web Iconos Mag, 2022.

3.2.2.3 Impacto de la propuesta

El aplicar la propuesta permitirá el aprovechamiento de los contenidos que se encuentran ya en el sitio web y al mismo tiempo contar con contenido para desarrollar en Instagram, atrayendo lectores y conectando con ellos al ofrecerles contenido de valor. Una vez implementada la propuesta se pueden analizar el alcance e interacciones con el contenido.

Capítulo IV

4.1 Conclusiones

- Se implementaron los diversos conocimientos y habilidades adquiridas durante los años de estudio universitario dentro de los cuales se pueden mencionar, análisis y resolución de problemas, identificación de puntos de mejora, entre otros, los cuales estuvieron siempre orientados al correcto desempeño en las actividades requeridas por la revista digital Iconos Mag; durante el periodo de práctica profesional establecido del 17 de enero al 04 de abril del año 2022.
- Se logró conocer la forma de trabajo de la empresa en el desarrollo de actividades como: informes de venta, informes de clientes, propuestas comerciales durante el plazo del 17 de enero al 04 de abril del año 2022.
- Se realizaron diversos informes de venta, informes de clientes, propuestas comerciales durante el plazo del 17 de enero al 04 de abril del año 2022 para la revista Iconos Mag.
- Se analizaron las actividades del área de mercadeo - ventas y administración de la revista y se identificaron oportunidades de mejora como ser cambios visuales en propuestas e informes para clientes, organización para el cumplimiento de notas *branding* , cuadros de cumplimiento para clientes entre otras.
- Se implementaron propuestas de mejora para la empresa las cuales contribuyeron a la mejora, fortalecimiento y obtención de buenos resultados. Al mismo tiempo se plantearon dos propuestas para su implementación a futuro.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

- Se recomienda a la empresa calendarizar reuniones con el equipo de trabajo periódicamente, actualizar temas que acontezcan, clientes nuevos, trabajos nuevos, estadísticas importantes.
- Se recomienda brindar una mejor y más completa introducción a los futuros practicantes, donde pueden incluir una explicación sobre su forma de trabajo, terminología del sitio web, áreas del sitio web, etc.
- Se recomienda a la empresa delimitar roles y responsabilidades específicas para cada miembro del equipo de trabajo.
- Se recomienda el desarrollo de una agenda donde se actualicen constantemente los eventos próximos y a la cual todos los involucrados tengan acceso.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

- Actualizar constantemente los temarios de clases durante la carrera, incorporar más actividades prácticas que fortalezcan el proceso de aprendizaje.
- Incentivar al estudiante a tomar cursos y certificaciones que sean complementarias a la carrera para la construcción profesional.
- Incentivar al estudiante a adquirir experiencia laboral en el transcurso de la carrera universitaria.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes

- Mantener la mente abierta a cualquier tipo de conocimiento que pueda ser adquirido durante la práctica profesional, aunque nos sea referente al área en la que el pasante se desempeña.
- Siempre indagar más referente a las asignaciones en las que se vea involucrado.
- Planificar una reunión previa con su jefe inmediato para aclarar dudas previo al inicio de la práctica profesional.

Bibliografía

Iconos Mag. (2022, 31 enero). *ICONOS Mag: Noticias de Sociedad, LifeStyle y Tendencias en Honduras*. ICONOS MAG - Honduras, San Pedro Sula. <https://iconosmag.com/>

Web, R. (2021, 19 marzo). *ICONOS Mag: tres años de compromiso con y por los nuestros*. ICONOS MAG - Honduras, San Pedro Sula. <https://iconosmag.com/editorial/iconos-mag-tercer-aniversario/>

Gámez, S. (2019, 10 octubre). *ICONOS Mag Honduras: una web más dinámica, interactiva y potente*. ICONOS MAG - Honduras, San Pedro Sula. <https://iconosmag.com/categoria-sociedad/honduras-revista-iconos-mag-web-digital/>

Gámez, S. (2019b, octubre 10). *ICONOS Mag Honduras: una web más dinámica, interactiva y potente*. ICONOS MAG - Honduras, San Pedro Sula. <https://iconosmag.com/categoria-sociedad/honduras-revista-iconos-mag-web-digital/>

ESAN. (2015). *Marketing: ¿Cómo definir nuestro público objetivo? | Conexión ESAN*. <https://www.esan.edu>. Recuperado 17 de marzo de 2022, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/marketing-como-definir-publico-objetivo>

Historias de Instagram. (2020). Facebook. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

Facebook - Historias. (2020). Facebook. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?id=2331035843782460>

About Instagram. (2021). Facebook. <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

Presentamos Reels. (2020). Facebook. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

Urrutia, D. (2021, 5 agosto). *Qué es un banner - Definición, significado y ejemplos.* Arimetrics. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/banner>

Lanza, V. (2018, 27 enero). *Instagram Stories Highlights: qué es y cómo utilizarlo?* Ascenso. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://ascenso.org/categoria/redes-sociales/instagram-stories-highlights-utilizarlo/>

FlipBook Definición (2020). Paperturn. Recuperado 17 de marzo de 2022, de <https://www.paperturn.com/es/libro-animado/que-es-un-libro-animado>

Qué es el Branding, en qué consiste y cómo potenciarlo - CitySEM. (2022, 25 enero). Citysem. Recuperado 17 de marzo de 2022, de <https://citysem.es/que-es/branding/>

Alianzas Comerciales. (2020). EAFIT.EDU. https://www.eafit.edu.co/ecards/adjuntos-mercurio/informacion-institucional/2013/nota_de_clase_101_alianzas_comerciales%5B1%5D.pdf

Iconos, R. (2022, 19 febrero). *Uso correcto e importancia del bloqueador solar, con la doctora Mariela Morales.* ICONOS MAG - Honduras, San Pedro Sula. https://iconosmag.com/categoria-estilo_de_vida/categoria-salud/uso-correcto-del-bloqueador-solar-honduras-2019/

Albornoz, D. (2019, 19 diciembre). *¿Por qué es importante mantener un feed organizado en Instagram?* Big SEO Plus. <https://bigseoplus.com/blog/importancia-de-feed-instagram-organizado/>

Peralta, E. O. (2021, 2 julio). *Reels en Instagram: Beneficios de Aplicarlo en tu Estrategia de Marketing.* Blog de Marketing. <https://www.genwords.com/blog/reels-en->

instagram#: %7E:text=Los%20Reels%20te%20permiten%20orientar,pueden%20encontrar%20en%20tu%20web.

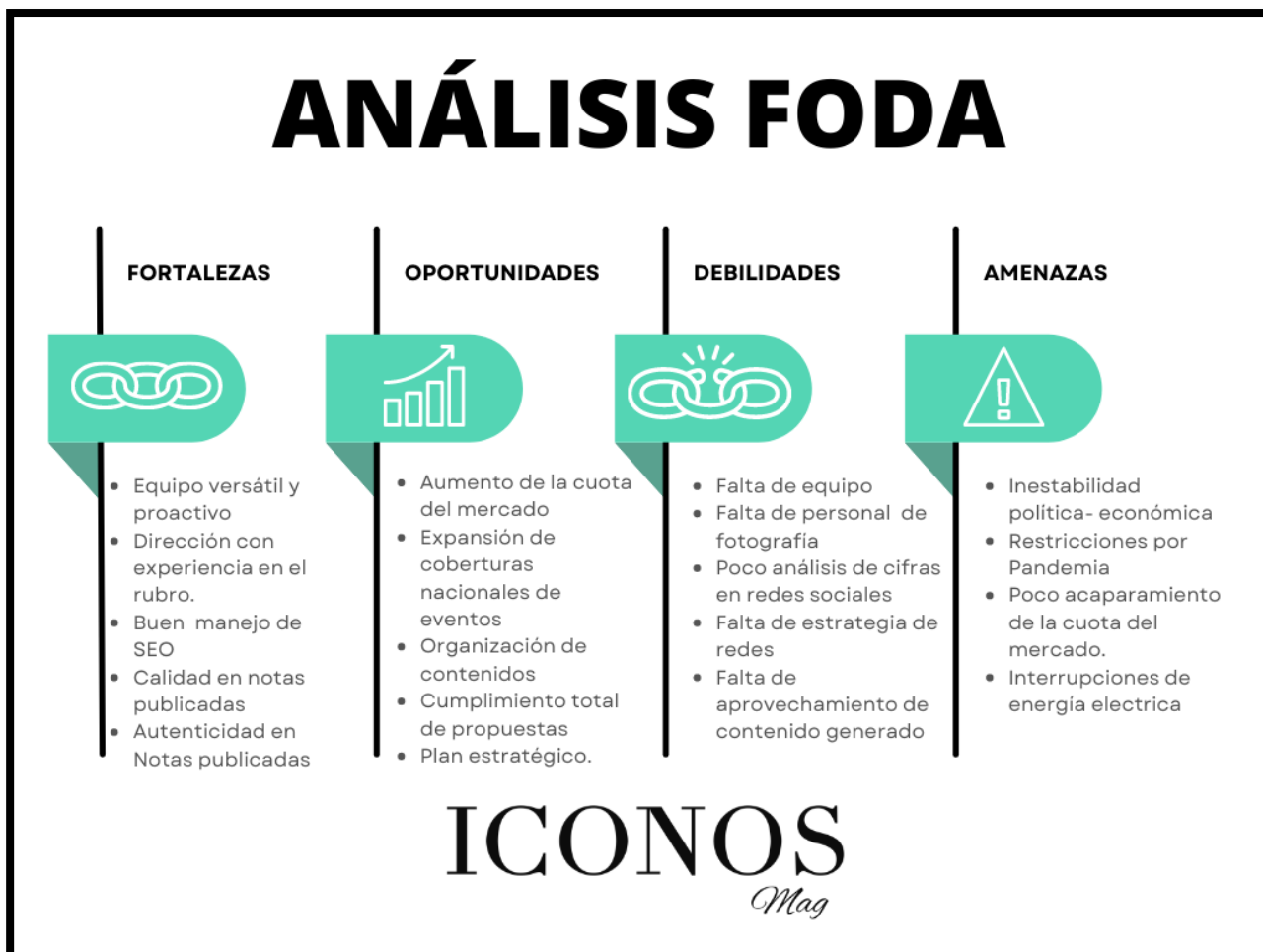
Glosario de Términos

1. **Público Objetivo:** El público objetivo, también conocido como target, es el grupo de personas al cual está dirigida una marca, producto o campaña. En otras palabras, son personas que buscan lo que una empresa ofrece, por lo cual están más inclinadas a llegar a un acuerdo comercial (ESAN,2015).
2. **FlipBook:** Un flipbook es una publicación HTML5 interactiva en línea que tiene el aspecto de una publicación real que cambia de página (completa con efectos de sonido de cambio de página, sombras de página y más). Los Flipbooks se utilizan actualmente para reemplazar los PDF digitales convencionales y los documentos en papel, como informes, presentaciones, revistas, catálogos, folletos, libros y más (Paperturn,2020).
3. **Branding:** Es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. Es la gestión global de todos los elementos tangibles e intangibles que rodean a la marca con el fin de construir y transmitir una promesa que será clave. Entre éstos se incluyen la imagen corporativa, los colores empresariales, la identidad corporativa y las normas de estilo empleadas en la comunicación general de la empresa. Todas estas acciones influyen y determinan el Valor de Marca, logrando su carácter distintivo, relevante y sostenible en el tiempo. El objetivo de desarrollar un branding acertado será extender la marca en el mercado, posicionarla como un referente y ubicarla en la mente de los consumidores de forma directa o indirecta (City SEM, 2022).
4. **Historias de Instagram :** Las historias son una forma rápida y fácil de compartir momentos y experiencias. Utilizando texto, música, stickers y GIF en formato de video o fotografía, con una duración de 24 horas (Instagram,2020).
5. **Historia de Facebook:** Las historias son un formato envolvente con el que las personas que usan Facebook, Instagram y Messenger pueden ver y compartir momentos cotidianos mediante fotos y vídeos que desaparecen en un plazo de 24 horas (Facebook,2020).

6. Feed: Son todas las publicaciones recientes que comparten las personas que sigues. Hay algunas excepciones, como los anuncios, pero la mayor parte de lo que ves lo comparten quienes sigues (Instagram,2021)
7. Reels: Forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos en Instagram.con Reels puedes crear videos divertidos para compartir con tus amigos o con cualquier persona en Instagram. Graba y edita videos de varios clips de 15 segundos con audio, efectos y nuevas herramientas creativas. En el feed, puedes compartir reels con tus seguidores y, si tienes una cuenta pública, podrás compartirlos con la comunidad más extensa de Instagram a través de un nuevo espacio en la sección "Explorar". La sección Reels de "Explorar" ofrece a todos la oportunidad de convertirse en creadores en Instagram y llegar a públicos nuevos en todo el mundo (Facebook, 2020).
8. Banner Publicitario: Es el formato publicitario más popular en internet consistente en incluir una pieza publicitaria gráfica dentro de una página web. Se diseñan con la intención de llamar la atención, por lo que no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio. Su objetivo suele ser o bien generar impactos publicitarios a través de impresiones, o atraer tráfico mediante clics hacia el sitio web del anunciante (Urrutia, 2021).
9. Highlight: Son colecciones permanentes de historias de Instagram. Estas historias se llaman Highlights o «Aspectos destacados de Instagram Storys». A diferencia de las Historias regulares de Instagram que desaparecen después de 24 horas, las Historias destacadas de Instagram son videoclips agrupados por ti. Permanecen en tu perfil permanentemente (Lanza,2018).
10. Aliados Comerciales: Una alianza comercial es una unión estratégica entre dos o más organizaciones y se lleva a cabo con el fin de proporcionar beneficios de interés para todas las partes, se desarrollan conjuntamente y se comparten entre sí riesgos y fortalezas, es una muy buena forma de acelerar el potencial del negocio, de crecer como empresa y generar nuevos vínculos empresariales importantes (EAFIT,2020).

Anexos


Anexo 1 : FODA de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Analizando diversos aspectos de la empresa en la que el pasante desarrolla su práctica profesional se logró obtener el desarrollo de este análisis FODA. El cual permitió tener claro las fortalezas con las que la empresa cuenta actualmente, las oportunidades de mejora que posee, debilidades que necesitan atención, y los aspectos que representan una amenaza para la misma.

Anexo 2 : Antes y después de propuestas comerciales

<h1>ANTES</h1>	<h1>DESPUÉS</h1>
<p>Propuesta Publicitaria ICONOS <i>Mag</i></p> <p>(HN OUTSOURCING SRL 0501 9009 250045)</p> <p>Es un placer enviarles esta propuesta. Esperamos que esta sea una herramienta adicional para cumplir con sus objetivos de mercadeo. A continuación la misma para su consideración:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center; color: yellow;">Propuesta Washington Academy</p> <p style="text-align: center;">CONTENIDO EDITORIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> CUATRO NOTAS AL MES - (una nota a la semana) Temas: Dos testimonios con alumnos emprendedores - una nota con todas las carreras y su respectiva información - una nota de matrícula abierta. Para los siguientes meses, testimonios de estudiantes y muestras así como de egresados con negocios propios. Las notas pueden variar dependiendo de la necesidad de la academia en cuanto a eventos y activaciones. Las notas serán publicadas el día lunes. Cobertura de eventos institucionales y activaciones de cliente Washington Academy </div>	<p>2022 MARZO</p>  <p>ICONOS <i>Mag</i></p> <p>PROPUESTA PUBLICITARIA MENSUAL</p> <p>DESTINADA A: Presta Auto</p> <p>DESARROLLADA POR: ICONOS Mag (HN OUTSOURCING SRL 0501 9009 250045)</p> <p>WWW.ICONOSMAG.COM</p>

<h1>ANTES</h1>	<h1>DESPUÉS</h1>
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center;">CONTENIDO REDES SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Viralización de notas producidas en muro Facebook verificado de ICONOS Mag Viralización de notas producidas en storie Instagram de ICONOS Mag con respectivo swipe up Viralización de videos producidos por ICONOS Mag en Facebook e Instagram <p style="text-align: center;">CONTENIDO AUDIOVISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuatro videos al mes (un video por testimonial y nota promocional) La grabación será el día viernes por la tarde. El video se publicará el día martes con logo de Washington Academy que será facilitado por el cliente <p style="text-align: center;">CONTENIDO DE CORTESÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> Fotografías producidas por ICONOS Mag de alumnos emprendedores de Washington Academy con LOGO de cliente Washington Academy (Logo editable debe ser proporcionado por cliente) Cambio de artes facilitados por cliente Washington Academy Un arte flyer promocional de cliente Washington Academy para muro de Facebook una vez a la semana (Lo facilita el cliente Washington Academy e indica qué día) Un arte flyer promocional de cliente Washington Academy para storie de Instagram & Facebook una vez a la semana (Lo facilita el cliente Washington Academy e indica qué día) </div>	<p>PROPUESTA PUBLICITARIA</p> <p>ICONOS <i>Mag</i></p> <p>CONTENIDO DE MARCA</p> <ul style="list-style-type: none"> Banner privilegio del sitio web de la revista WWW.ICONOSMAG.COM (Los artes deben ser proporcionados por el cliente Presta Auto, con las medidas solicitadas por la revista ICONOS Mag una vez aprobada la propuesta y el contrato). Banner Publicitario en sección notas del sitio web de la revista WWW.ICONOSMAG.COM (Los artes deben ser proporcionados por el cliente Presta Auto, con las medidas solicitadas por la revista ICONOS Mag una vez aprobada la propuesta y el contrato). Banner Publicitario entre fotos de Fotogalería del sitio web de la revista WWW.ICONOSMAG.COM (Los artes deben ser proporcionados por el cliente Presta Auto, con las medidas solicitadas por la revista ICONOS Mag una vez aprobada la propuesta y el contrato). <p><small>Nota: Los banners tendrán redireccionamiento a las redes sociales del cliente o al sitio web según se solicite.</small></p> <p>CONTENIDO DE CORTESÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> Viralización de los contenidos desarrollados por la revista ICONOS Mag a través de los diferentes canales digitales. Cambios ilimitados en los artes solicitados por la revista para redes sociales y sitio web. 1 Reel al mes en la cuenta de Instagram de la revista. (El cliente puede decidir que compartir en este reel con anticipación). 1 TikTok al mes en la cuenta de Instagram de la revista. (El cliente puede decidir que compartir en este reel con anticipación).



Fuente : Elaboración propia

Anexo 3 : Antes y Después de informes de cumplimiento de clientes

ANTES	DESPUÉS
	

ANTES	DESPUÉS
	

ANTES

DESPUÉS

CORTESÍAS DE ICONOS Mag para COFISA

2 PUBLICACIONES SEMANALES DE UN ARTE PROMOCIONAL DE COFISA EN EL MURO DE FACEBOOK DE ICONOS Mag. (10 EN TOTAL) **CORTESÍA**

INFORME DE CUMPLIMIENTO

ICONOS Mag

NOTA BRANDING

EXPO YASA

Exposición de carros usados 2022 by Cofisa con mejores descuentos de los países

- Publicada el 2 de febrero del 2022
- Link de la nota: <https://iconomag.com/categoria/actualidad/categoría-honduras-504/convención-cofisa-carros-usados-2022-by-cofisa-sure-ando-sula-honduras/>

NOTA BRANDING CORTESÍA 1

FINANCIAMIENTO INMEDIATO

Ya sabemos el amor con Cofisa! Financiamiento y la mejor tasa de interés

- 8 de febrero del 2022
- Link de la nota: <https://iconomag.com/categoria/actualidad/categoría-honduras-504/financiamiento-inmediato-2022-by-comercio-financiera-cofisa-honduras/>

NOTA BRANDING CORTESÍA 2

COFISA 15 años

Cofisa 15 años en silencio pero siempre en el primer plano por sus clientes

- 10 de febrero del 2022
- Link de la nota: <https://iconomag.com/categoria/actualidad/categoría-honduras-504/convención-cofisa-gimn-agg-sam-pedro-sula-honduras/>

ANTES

DESPUÉS

INFORME DE CUMPLIMIENTO

ICONOS Mag

FOTOGALERÍA 2 CORTESÍA

Segunda día Expo feria de carros usados 2022 by Cofisa San Pedro Sula

HISTORIAS

HISTORIA 1 CORTESÍA

- 5 de febrero del 2022
- 8276 vistas en la historia, 27 veces compartida, 16 veces en wall, 6 veces en post, 6 veces en comentario
- Compartida en Instagram y Facebook

ANTES

DESPUÉS

INFORME DE CUMPLIMIENTO

ICONOS *Mag*

HISTORIA 2 CORTESÍA

- 5 de febrero del 2022
- 7028 vistas en la historia compartida.
- 34 clics en el enlace compartido
- Publicadas en Instagram y Facebook.

HISTORIA 3 CORTESÍA

- 8 de febrero del 2022
- 3883 vistas
- 12 veces compartida
- 32 clics en el enlace compartido
- Publicado en Facebook e Instagram

HISTORIA 4 CORTESÍA

- 9 de febrero del 2022
- 7207 vistas en la historia
- 45 clics en el usuario de Toyota Ecuador en el evento.
- Compartido en facebook, e Instagram.

HISTORIA 5 CORTESÍA

- 11 de febrero del 2022
- 8702 vistas, 361 clics en el link compartido de la nota
- Compartido en Instagram y Facebook

ANTES

DESPUÉS

ESTADÍSTICAS DE PUBLICACIONES PROMOCIONALES DE COPIBA EN EL MURO DE FACEBOOK DE ICONOS Mag

1. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 2 DE AGOSTO DEL 2021:
4 ME GUSTA, 4.109 PERSONAS ALCANZADAS Y 220 INTERACCIONES.
2. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 8 DE AGOSTO DEL 2021:
3 ME GUSTA, 8.809 PERSONAS ALCANZADAS Y 190 INTERACCIONES
3. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 14 DE AGOSTO DEL 2021: 1 ME GUSTA Y 2300 PERSONAS ALCANZADAS
4. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 16 DE AGOSTO DEL 2021: 5 ME GUSTA, 300 INTERACCIONES Y 6.600 PERSONAS ALCANZADAS.
5. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 19 DE AGOSTO DEL 2021: 4 ME GUSTA, 220 CLIKS EN LA NOTA/BRANDING DE COPIBA PUBLICADA EN www.facebook.com/iconosmag

INFORME DE CUMPLIMIENTO

ICONOS *Mag*

HISTORIA 6 CORTESÍA

- 16 de febrero del 2022
- 9628 vistas, 89 clics en el link compartido de la nota
- Publicadas en Instagram y Facebook.

FOTO EN ÁLBUM

- Publicado el 21 de enero del 2022
- 166 me gusta, 12 veces guardado, 25 veces compartido.
- Publicado en Instagram

POST EN FACEBOOK




POST 1 CORTESÍA

- Publicado el 11 de febrero del 2022
- 6 reacciones
- 9920 cuentas alcanzadas

POST 2 CORTESÍA

- Publicado el 6 de febrero del 2022
- 13 reacciones
- 14872 cuentas alcanzadas

ANTES	DESPUÉS
<p>6. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 18 DE AGOSTO DEL 2021: 3 ME GUSTA, 3,190 PERSONAS ALCANZADAS, 150 CLICOS EN LA FOTOGALERÍA DEL 38 ANIVERSARIO DE COFISA PUBLICADO EN WWW.ICONOSMAG.COM.</p> <p>7. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 24 DE AGOSTO DEL 2021: 1 ME GUSTA Y 2,546 PERSONAS ALCANZADAS.</p> <p>8. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 27 DE AGOSTO DEL 2021: 3 ME GUSTA, 7,800 PERSONAS ALCANZADAS Y 232 INTERACCIONES</p> <p>9. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 27 DE AGOSTO DEL 2021: 3 ME GUSTA, 9,000 PERSONAS ALCANZADAS Y 120 CLICOS EN LA NOTA DE FERIA CAPITALINA DE COFISA PUBLICADA EN WWW.ICONOSMAG.COM</p> <p>10. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 27 DE AGOSTO DEL 2021: 3 ME GUSTA, 9,000 PERSONAS ALCANZADAS Y 120 CLICOS EN LA NOTA DE FERIA CAPITALINA DE COFISA PUBLICADA EN WWW.ICONOSMAG.COM</p> <p>11. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 28 DE AGOSTO DEL 2021: 2 ME GUSTA Y 4,230 PERSONAS ALCANZADAS.</p> <p>12. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 28 DE AGOSTO DEL 2021: 1 ME GUSTA, 4,800 PERSONAS ALCANZADAS Y 85 CLICOS EN LA NOTA DE FERIA CAPITALINA DE COFISA PUBLICADA EN WWW.ICONOSMAG.COM</p> <p>13. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 28 DE AGOSTO DEL 2021: 3 ME GUSTA, 6,200 PERSONAS ALCANZADAS Y 1,000 INTERACCIONES</p> <p>14. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 29 DE AGOSTO DEL 2021: 4 ME GUSTA Y 250 CLICOS EN LA NOTA DE FERIA CAPITALINA DE COFISA PUBLICADA EN WWW.ICONOSMAG.COM</p> <p>15. PUBLICACIÓN DE PROMOCIÓN EN EL MURO DE FB EL 29 DE AGOSTO DEL 2021: 2 ME GUSTA Y 5,330 PERSONAS ALCANZADAS</p>	<p>INFORME DE CUMPLIMIENTO ICONOS <i>Mag</i></p> <p>POST 3 CORTESÍA</p>  <ul style="list-style-type: none"> 3 de febrero del 2022 3 reacciones 4758 cuentas alcanzadas <p>POST 4 CORTESÍA</p>  <ul style="list-style-type: none"> 5 de febrero del 2022 2 reacciones 7902 cuentas alcanzadas <p>POST 5 CORTESÍA</p>  <ul style="list-style-type: none"> 9 de febrero del 2022 3 reacciones 6729 cuentas alcanzadas

ANTES	DESPUÉS															
<p>CORTESÍA EN WWW.ICONOSMAG.COM</p>  <p>ANUNCIO PUBLICITARIO DE FERIA CAPITALINA BY COFISA EN FORMATO CUADRADO (CORTESÍA DE ICONOS MAG), PUBLICADO EN WWW.ICONOSMAG.COM</p> <p>156.727 IMPRESIONES 150 CLICOS REDIRECCIONADOS AL FACEBOOK DE COFISA</p>	<p>PROPUESTA PUBLICITARIA ICONOS <i>Mag</i></p> <p>CIFRAS ORGÁNICAS HASTA LA FECHA</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook (35.115 personas les gusta ICONOS Mag en FB y 60.776 siguen la página a fecha hoy 3 de Marzo 2022.) Público alcanzado entre 3,9 y 4,6 millones al mes Instagram 18,015 k personas les gusta ICONOS Mag en Instagram Youtube 19.147 suscriptores Promedio de visitas diarias en el sitio web WWW.ICONOSMAG.COM Entre 8.400 y 11.700 Total de visitas orgánicas 310.000 en promedio mensual. <table border="1"> <tr> <td>El 70% de los usuarios accede al contenido gratuito a través de un smartphone.</td> <td>66% </td> </tr> <tr> <td>El 25% accede al contenido desde la computadora.</td> <td>44% </td> </tr> <tr> <td>El 5% accede al contenido desde Tablet</td> <td></td> </tr> </table> <table border="1"> <tr> <td>Edades</td> <td>25-35 (23.76%)</td> <td>18-24 (13.33%)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>35-44 (23.62%)</td> <td>55-64 (11.12%)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>45-54 (19.37%)</td> <td>65+ (8.80%)</td> </tr> </table>	El 70% de los usuarios accede al contenido gratuito a través de un smartphone.	66% 	El 25% accede al contenido desde la computadora.	44% 	El 5% accede al contenido desde Tablet		Edades	25-35 (23.76%)	18-24 (13.33%)		35-44 (23.62%)	55-64 (11.12%)		45-54 (19.37%)	65+ (8.80%)
El 70% de los usuarios accede al contenido gratuito a través de un smartphone.	66% 															
El 25% accede al contenido desde la computadora.	44% 															
El 5% accede al contenido desde Tablet																
Edades	25-35 (23.76%)	18-24 (13.33%)														
	35-44 (23.62%)	55-64 (11.12%)														
	45-54 (19.37%)	65+ (8.80%)														

Fuente: Elaboración propia