

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
VISION MUNDIAL**

SUSTENTADO POR:

**GUILLERMO ENRIQUE RIVAS ALVARENGA
21251068**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTES.

HONDURAS, C A

NOVIEMBRE, 2017

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	IV
INTRODUCCION.....	VI
CAPÍTULO I.....	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	2
1.1.1 Objetivo General.....	2
1.1.2 Objetivos Específicos.....	2
1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	3
1.2.1 Reseña Histórica	3
1.2.2 Misión	5
1.2.3 Visión.....	5
1.2.3 Valores	5
Capitulo II	6
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	7
2.1.1 Descripción del área de trabajo.....	7
2.1.2 Diseño de Boletín Informativo y Catalogo de Necesidades.....	7
2.1.3 Evento para empresas	8
2.1.4 Actualización de base de datos de participantes.....	8
2.1.5 Organización de Graduaciones	9
2.1.6 Búsqueda de Capacitaciones Técnicas.....	9
CAPITULO III.....	11

3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA.....	11
3.1.1 Plantilla estandarizada con información de participantes	11
3.1.2 Diseño de Boletín Informativo	12
3.1.3 Organización de Documentos de Participantes.....	12
3.2 PROPUESTA DE MEJORA	13
3.2.1 Plan de Mercadeo	13
3.3 Impacto de la Mejora	24
4.1 CONCLUSIONES.....	27
4.2 RECOMENDACIONES	28
4.2.1 RECOMENDACIONES A LA EMPRESA.....	28
4.2.2 RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD.....	28
4.2.3 RECOMENDACIONES AL ESTUDIANTE	29
BIBLIOGRAFIA.....	29
GLOSARIO.....	31
INDICE DE TABLAS	
Tabla 1: Calendario de Desayunos	22
Tabla 2: Presupuesto Desayuno San Pedro Sula	22
Tabla 3: Presupuesto Desayuno Choloma	23
Tabla 4: Presupuesto Desayuno Villanueva.....	23
Tabla 5: Calendario de Reuniones	23
Tabla 6: Calendarización del Plan de Mercadeo	24

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: “Graduaciones”	33
Ilustración 2: “Plantilla participantes”	33
Ilustración 3: “Boletín”	34
Ilustración 4: “Encuesta”	35

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como objetivo dar a conocer los conocimientos y experiencia adquirida durante el periodo de práctica profesional. La práctica profesional realizada como culminación de la Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales se llevó a cabo en Visión Mundial Honduras.

Visión Mundial Honduras desde sus inicios en 1974, contribuye al desarrollo sostenible del país, a través del Desarrollo Transformador que incluye el fortalecimiento de las capacidades locales con un enfoque integral. Además del trabajo en áreas de educación, salud y desarrollo económico, realiza acciones de prevención, emergencia y rehabilitación mediante el desarrollo permanente de un sistema de mitigación, preparación, respuesta y recuperación ante emergencias y desastres. (Vision Mundial Honduras, 2016)

World Vision International cuenta con un personal mayor a 45,000 personas con presencia en más de 100 países, comprometidos a trabajar con las personas más vulnerables del mundo sin importar su religión, raza, etnicidad, género u orientación sexual. (WVI, 2014) Esto la coloca en los primeros lugares como una de las ONG's con mayor tamaño y presencia a nivel internacional. En Honduras cuenta con un personal de más de 400 personas y tiene presencia en la mayor parte del país.

La práctica profesional fue realizada en el proyecto Jóvenes Súper Pilas de Visión Mundial Honduras brindando apoyo en el área de mercadeo. El

proyecto cuenta con un director, un administrador y cinco técnicos que trabajan en cada municipio.

Es impresionante ver como un grupo tan pequeño puede causar un impacto tan grande en tantas personas, buscando mejorar la calidad de vida de cada uno de ellos y alimentando su imaginación dándoles a conocer que pueden llegar a ser más de lo que ellos creen.

Entre las principales actividades realizadas en el área de mercadeo para el proyecto Jóvenes Súper Pilas, se encuentra la creación y diseño de un boletín informativo el cual facilitará la comunicación de lo que se ha logrado con el proyecto y como se continuará trabajando. Por otra parte, también se brindó apoyo en el área de relaciones públicas, asistiendo a reuniones con diversas organizaciones en la ciudad para poder encontrar maneras de trabajar conjuntamente en la reducción del desempleo en el país.

La interacción que se logra tener con las otras organizaciones da a conocer la importancia que tiene el mercadeo ya que el trabajar conjuntamente dando el mismo mensaje, las metas de todas las organizaciones se pueden cumplir con mayor facilidad. La capacidad de trabajar en equipo es una cualidad que resulta beneficiosa no solo en el entorno académico, sino que en el ámbito profesional.

La realización de una práctica profesional como culminación de la carrera universitaria reúne todos los beneficios posibles ya que aquí se puede poner en practica todo lo aprendido durante la carrera y conocer de primera mano cómo es el mundo laboral.

INTRODUCCION

El presente informe tiene como objetivo describir la práctica profesional realizada en Visión Mundial, Organización No Gubernamental (ONG) internacional caracterizada por su lucha por los derechos de los niños. Actualmente esta es la ONG más grande a nivel mundial contando con su presencia en más de cien países con un personal de más de cuarenta y cinco mil personas. La práctica se realizó en el departamento de mercadeo y comunicaciones del proyecto Jóvenes Súper Pilas (Youth Ready), en el periodo del 9 de octubre al 15 de diciembre del 2017.

Se comienza dando los objetivos generales y específicos del informe seguido de una breve descripción de la organización, incluyendo su misión y visión, y se detalla la función y metas del proyecto Jóvenes Súper Pilas (Youth Ready). Continúa detallando las actividades realizadas en el proyecto durante el periodo de práctica. Por último, se describe la propuesta de mejora elaborada de acuerdo a las necesidades observadas en el proyecto, este con el fin de poder satisfacer una necesidad existente dentro del área de mercadeo y comunicaciones.

CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo General

Desarrollar los conocimientos adquiridos en el área de mercadotecnia y comunicaciones durante la práctica profesional orientada a las actividades del Proyecto Jóvenes Súper Pilas para la ONG World Vision Honduras.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Realizar todas las actividades asignadas de una manera eficiente y profesional; poniendo en práctica lo aprendido durante la carrera universitaria.
2. Analizar los procesos internos del Proyecto Jóvenes Súper Pilas en relación a la gestión de las iniciativas de mercadeo y comunicaciones.
3. Medir la percepción del personal del Proyecto Jóvenes Súper Pilas en relación a la gestión de mercadeo y comunicaciones.
4. Elaborar un plan de mercadeo utilizando los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria que consiga dar a conocer el proyecto en las áreas de intervención.

1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña Histórica

En 1947, el reverendo Bob Pierce conoció a Tena Hoelkedoer, una profesora, durante un viaje a China. Ella lo presentó a una niña maltratada y abandonada llamada White Jade. Incapaz de cuidar de la niña, Tena preguntó: "¿Qué vas a hacer con ella?" El reverendo Pierce le dio a la mujer sus últimos cinco dólares y aceptó enviar la misma cantidad cada mes para ayudar a la mujer a cuidar a la niña.

Este encuentro fue un punto de inflexión para el reverendo Pierce. Comenzó a construir una organización dedicada a ayudar a los niños del mundo, y en 1950 nació World Vision. El primer programa de apadrinamiento de niños comenzó tres años más tarde en respuesta a las necesidades de cientos de miles de huérfanos al final de la Guerra de Corea.

En la década de 1970, adoptamos un modelo de desarrollo comunitario más amplio y establecimos una división de ayuda de emergencia. También intentamos abordar las causas de la pobreza centrándonos en las necesidades de la comunidad, como agua, saneamiento, educación, salud, capacitación en liderazgo y generación de ingresos.

Comenzamos el siglo XXI fortaleciendo nuestros esfuerzos de promoción, particularmente en temas relacionados con la supervivencia infantil. Nos volvimos más activos al trabajar con gobiernos, empresas y otras organizaciones para abordar cuestiones como el trabajo infantil, los niños en los conflictos armados y la explotación sexual de mujeres y niños. (WVI, 2014)

Visión Mundial Honduras, desde sus inicios en 1974, contribuye al desarrollo sostenible del país a través del Desarrollo Transformador que incluye el fortalecimiento de las capacidades locales con un enfoque integral. Además del trabajo en áreas de educación, salud y desarrollo económico, realiza acciones de prevención, emergencia y rehabilitación mediante el desarrollo permanente de un sistema de mitigación, preparación, respuesta y recuperación ante emergencias y desastres.

El área de intervención del proyecto Jóvenes Súper Pilas se conforma por cinco municipios de la zona norte de Honduras; estos son: San Pedro Sula, Choloma, El Progreso, Villanueva y San Antonio. Ante el incremento de los índices de migración y violencia juvenil el Proyecto Jóvenes Súper Pilas representa una iniciativa de respuesta de parte de World Vision Honduras, con el patrocinio de la Fundación Barret a través de World Vision Canadá, orientada al desarrollo de los índices de empleabilidad y emprendimiento en los jóvenes beneficiados en edades que comprenden los 15 a 25 años a través de una metodología mixta de intermediación laboral y/o potencia de habilidades blandas (inteligencia emocional, intrapersonal, etc) y duras (Clases de computación e inglés); sumado a esto el proyecto cuenta con el componente de educación vocacional para los jóvenes que deseen cursar una carrera técnica. Su objetivo en cuanto a cuantificación de la población meta, es impactar la vida de mil doscientos jóvenes, distribuidos en cantidades iguales por cada municipio, en un periodo de tres años.

Es importante destacar que este proyecto se desarrolla en dos países del triángulo norte centroamericano: Honduras y El Salvador.

1.2.2 Misión

Visión Mundial es una asociación internacional de cristianos cuya misión es seguir a nuestro Señor y Salvador Jesucristo en trabajar con los pobres y oprimidos para promover la transformación humana, buscar la justicia y testificar de las buenas nuevas del Reino de Dios.

1.2.3 Visión

Visión Mundial es una organización cristiana de asistencia, desarrollo y defensoría dedicada a trabajar con niños, familias y comunidades para superar la pobreza y la injusticia. Nuestra visión para cada niño es la vida en toda su plenitud; nuestra oración para cada corazón, la voluntad de que así sea.

Inspirados en los valores cristianos, estamos dedicados a trabajar con las personas más vulnerables del mundo. Servimos a todas las personas independientemente de su religión, raza, grupo étnico o género.

1.2.3 Valores

- Somos cristianos.
- Estamos comprometidos con los pobres.
- Valoramos a las personas.
- Somos sirvientes.
- Somos socios.
- Somos sensibles.

CAPITULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

2.1.1 Descripción del área de trabajo

Visión Mundial Honduras tiene sus oficinas nacionales en Tegucigalpa en las cuales se manejan los departamentos de administración, finanzas y relaciones públicas. Sus principales actividades son realizar proyectos centrados en las áreas de: educación, desarrollo económico, emergencias y protección infantil. Estos proyectos son financiados por Vision Mundial Internacional u otras organizaciones como USAID.

La práctica se realiza en San Pedro Sula en el proyecto Youth Ready o Jovenes Super Pilas. Este tiene presencia en los municipios de San Pedro Sula, Choloma, Villanueva, San Antonio de Cortes y El Progreso. Su duración es de tres años, en los cuales busca capacitar a 1,200 jóvenes en un área técnica y generación de valores. Al ser un proyecto pequeño no cuenta con mucho personal ni departamentos específicos, sin embargo, la práctica está apoyando las áreas de comunicaciones, relaciones empresariales y mercadeo del proyecto.

2.1.2 Diseño de Boletín Informativo y Catalogo de Necesidades

Con el fin de poder dar a conocer el proyecto de una mejor manera una de las primeras tareas realizadas fue el diseño de un boletín informativo. Se tuvo que recopilar la información del avance actual del proyecto al igual que fotografías del proyecto en los distintos municipios. Con esta información se creó el boletín y se distribuyó a diferentes empresas que podrían estar interesadas en apoyar el proyecto.

Al igual se tuvo que obtener información de parte de las empresas privadas para conocer cuáles son sus mayores necesidades en el área laboral. Con esto se creó un catálogo donde se especifica las mayores necesidades de las empresas. Luego este catálogo se compartió con los participantes del proyecto para que pudieran decidir en qué área técnica les gustaría especializarse.

2.1.3 Evento para empresas

Visión Mundial Honduras desde sus inicios ha tenido presencia principalmente en la zona rural de Honduras exceptuando Tegucigalpa. Jóvenes Súper Pilas es uno de los primeros proyectos llevados a cabo en San Pedro Sula y la zona metropolitana. Con esto en mente se tuvo desayuno empresarial en el cual se invitaron a los gerentes de recursos humanos de empresas en el área metropolitana. Durante el evento se les socializo el propósito del proyecto y la labor que se está haciendo en esta área. Se buscó que las compañías conocieran a los jóvenes y sus capacidades para que les dieran la oportunidad de una pasantía laboral en sus empresas.

2.1.4 Actualización de base de datos de participantes

Debido al porcentaje de deserción en los participantes la información de cuantas personas están participando siempre cambia y es importante tenerla actualizada. Para esto se tuvo que visitar los diferentes municipios y recopilar la información actualizada de los participantes que siguen en el proyecto. Todas esta información fue consolidada en una hoja de excell que se le entrego a la coordinadora del proyecto. Esta información se utiliza para medir la efectividad del proyecto en los municipios.

2.1.5 Organización de Graduaciones

Durante este periodo la primera promoción de cada municipio estaba culminando la primera fase del proyecto. Por lo cual se debe de organizar una graduación en cada uno de los municipios, donde se le entregaran los diplomas de participación a los jóvenes. Para esto se tuvieron que coordinar cada una de las graduaciones en los diferentes municipios y hacer las gestiones para tener todos los recursos necesarios. También se tuvo que hacer la invitación al alcalde de cada municipio y otras organizaciones.

2.1.6 Búsqueda de Capacitaciones Técnicas

En la segunda fase del proyecto los jóvenes ingresan a una capacitación técnica. Debido a que esta fase solo tiene la duración de seis meses una de las tareas asignadas fue la búsqueda y negociación con institutos técnicos para lograr conseguir capacitaciones técnicas que estuvieran dentro del enfoque que los jóvenes han escogido. Además de esto se tuvo que negociar con los institutos para que brindaran capacitaciones que se acoplaran al tiempo y dinero que tiene disponible el proyecto. Esto se llevó a cabo para cada uno de los cinco municipios ya que la movilización de los jóvenes de un municipio a otro genera costos que la mayoría de ellos no pueden cubrir.

CAPITULO III

3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA

3.1.1 Plantilla estandarizada con información de participantes

Durante la práctica se tuvo que solicitar cierta información de los jóvenes a cada técnico. Al hacer esto se observó que los técnicos no tenían esta información a mano y que todos usaban una plantilla diferente. Esto causo que la recopilación de información fuera más tardada y se retrasaran los procesos. Por esto se decidió crear una plantilla¹ de excel donde se incluye toda la información que se podría necesitar de cada participante. Esta se le entrego a cada técnico para que pudieran organizar la información desde un principio con sus grupos en un futuro.

¹ Ilustración 2: “Plantilla participantes”

3.1.2 Diseño de Boletín Informativo

Se observó que el proyecto no contaba con un boletín informativo el cual facilitara la labor de transmitir información, sobre los avances y lo que se ha logrado hasta la actualidad, de una manera rápida. Con el fin de poder dar a conocer el proyecto de una mejor manera se diseñó un boletín informativo. Se tuvo que recopilar la información del avance actual del proyecto al igual que fotografías del proyecto en los distintos municipios. Con esta información se creó el boletín para su distribución a diferentes empresas que podrían estar interesadas en apoyar el proyecto. ²

3.1.3 Organización de Documentos de Participantes

Al momento de ingresar al proyecto a los participantes se les solicitan dos documentos, una partida de nacimiento o copia de la cedula y una ficha llena con su información. Cada participante entrega estos documentos al técnico de su municipio y este los envía al director del proyecto. Ya que esta no es una tarea de mucha importancia esta información se fue acumulando sin ser organizada causando una ineffectividad al momento de solicitar dicha información. Para solucionar esto problema se decidió archivar los documentos en portafolios. Se dividieron los documentos en su respectivo municipio y dentro de cada municipio se colocó la información de cada participante en su grupo correspondiente. Esto permite un fácil acceso y eficiencia al momento de agregar nueva información.

² Ilustración 3: “Boletín”

3.2 PROPUESTA DE MEJORA

Visión Mundial es una de las ONG's más grandes a nivel mundial y en Honduras lleva trabajando por más de cuarenta años posicionándola como una de las organizaciones con más presencia en el país. Cuentan con un departamento de comunicaciones y mercadeo, pero este está enfocado únicamente en la imagen de Visión Mundial como institución en el país, por ende, no se le presta servicios ni ayuda individual a cada proyecto en estas áreas. Se observó que el proyecto Jóvenes Súper Pilas tiene la necesidad de ser conocido en cada municipio donde está ubicado, principalmente con la empresa privada ya que para cumplir uno de los indicadores del proyecto se necesita que los jóvenes hagan una pasantía laboral. Viendo la necesidad y la importancia del mercadeo y comunicaciones en este proyecto se decidió elaborar un plan de mercadeo. Este con el fin de poder organizar y facilitar el trabajo de mercadeo del director de proyecto. Su propósito principal será conseguir alianzas con empresas que puedan brindarle empleo o pasantías laborales a los jóvenes participantes.

Este se llevará a cabo por medio de una calendarización previa de todas las actividades que será entregada al coordinador del proyecto Jóvenes Súper Pilas.

3.2.1 Plan de Mercadeo

“Las organizaciones exitosas comienzan, invariablemente, con el desarrollo e implementación de un Plan de Mercadotecnia, el cual identifica, recopila, analiza y utiliza información básica acerca de su entorno, tanto interno como externo, relacionada con su estructura, debilidades y oportunidades,

mercados y competidores, así como sus objetivos y estrategias, entre otras variables.” (UMAÑA, 2009)

“Un plan de mercadeo es un esquema que usa una empresa para guiar sus actividades de mercadeo hacia una conclusión deseada. El plan se elabora con base en la información obtenida a través de la investigación de mercado y sus intenciones para la compañía.” (Allen, 2012)

“Los componentes principales de un plan de mercadeo son:

- Resumen ejecutivo
- Análisis situacional
- Objetivos
- Estrategias de mercadeo
- Presupuestos
- Controles” (Kotler, 1981)

Se crea un plan de mercadeo en base al modelo de Philip Kotler incluyendo todos los elementos mencionados anteriormente, con el fin de poder facilitar y organizar las labores de mercadeo del proyecto Jóvenes Súper Pilas en Honduras. Se analizará cuáles son las mayores necesidades que tiene el proyecto para poder acoplar el plan de mercadeo de acuerdo a esas necesidades.

3.2.1.1 Resumen Ejecutivo

El plan de mercadeo para el 2018 busca que el proyecto Jóvenes Súper Pilas sea conocido por la empresa privada y otras organizaciones como iglesias, que están ubicados dentro de los cinco municipios donde se está trabajando. El año anterior se capacitaron a 400 jóvenes y se tiene como objetivo poder encontrarles una pasantía laboral o empleo a cada uno de ellos al igual que a

los 600 jóvenes que se estarán integrando al proceso este año. Se busca establecer alianzas estratégicas con empresas en cada uno de los municipios, las cuales brindara apoyo en el área laboral.

3.2.1.2 Análisis Situacional

En septiembre del 2016 se comienzan las primeras contrataciones y la elaboración del equipo que estará encargado del proyecto Jóvenes Súper Pilas en Honduras y El Salvador. Este es un proyecto que se desarrolló y llevo a cabo por Visión Mundial en África primera vez. Esta organización decide traer este programa la región donde Honduras y El Salvador son seleccionados para la prueba piloto. Al ser una metodología desarrollada para países con una realidad social diferente varias partes de la metodología se han tenido que modificar con el propósito de ser más adecuadas a la situación de los jóvenes en estos países.

En Honduras este proyecto se lleva a cabo por siete personas, la coordinadora general del proyecto, un administrador y un técnico para cada municipio que se está trabajando los cuales son cinco. Al ser este un proyecto de ayuda social no se contrata una persona encargada de las comunicaciones ni mercadeo del proyecto. Durante una conversación llevada a cabo con la directora del proyecto en Honduras menciono que al no tener una persona y un plan para esta área se le dificulta el trabajo ya que el proyecto necesita relacionamiento con las empresas para que estas puedan proporcionar pasantías o empleo a los jóvenes que finalizan el programa. Como menciona ella el proyecto tiene como propósito que cada participante al culminar su trayectoria pueda encontrar un trabajo, emprender un negocio o regresar al sistema educativo.

3.2.1.3 Encuesta de Percepción del Personal

Para poder determinar la percepción que el personal del proyecto Jóvenes Súper Pilas tiene sobre el mercadeo y comunicaciones del proyecto se realizó una encuesta³ tomando una muestra del cincuenta por ciento de la población. Con los resultados de esta encuesta se pudo determinar que el sesenta y seis por ciento de los empleados nota que no hay una gestión eficiente en el área de mercadeo de comunicaciones y el cien por ciento concuerda que estas son necesarias para el beneficio y éxito del proyecto.

3.2.1.4 Análisis FODA

Fortalezas:

- Alto nivel de confianza en la organización.
- Un ambiente laboral agradable.
- Apoyo de parte de las comunidades donde se está trabajando.

Oportunidades:

- Otras organizaciones que desean trabajar con el proyecto.
- Numeros elevados de personas desempleadas que pueden entrar al proyecto.

Debilidades:

- Procesos administrativos muy burocráticos.
- Dificultades con el transporte a ciertas localidades.
- Presupuesto corto.

Amenazas:

- Dificultad para conseguir prácticas profesionales para los participantes.
- Alto porcentaje de deserción en el proyecto.
- Riesgos en seguridad para algunos participantes al momento de moverse de colonias.

3.2.1.5 Técnica para establecimiento de objetivos.

³ Ilustración 4: “Encuesta”

(IEBS, 2016) Un correcto establecimiento de objetivos exige tener en cuenta la denominada regla S.M.A.R.T es decir, estos objetivos deben ser:

- Specific (específicos)
- Measurable (medibles)
- Achievable (alcanzables)
- Result-oriented (orientados a resultados)
- Time-limited (establecidos para un periodo de tiempo determinado)

Analizando esta técnica se utilizaron estos parámetros para la creación de los objetivos del plan de mercadeo.

3.2.1.6 Objetivo General

- Obtener que 10 empresas de cada municipio conozcan y colaboren con el proyecto Youth Ready en los próximos seis meses.

3.2.1.7 Objetivos Específicos

- Incrementar el número de participantes dispuestos a completar el proceso.
- Reducir el número de deserciones.
- Socializar de una manera efectiva la organización.

3.2.1.8 Estudio Económico del País

“Honduras es un país de ingreso medio-bajo que se enfrenta a desafíos significativos, con cerca del 66 por ciento de la población viviendo en la pobreza en 2016, según datos oficiales. En zonas rurales aproximadamente uno de cada 5 hondureños vive en pobreza extrema o con menos de US\$1.90 al día.” (Mundial, 2017)

“La Tasa de Desempleo Abierta del área urbana observada es de 9.0%.”
(INE, 2016)

El desempleo en la actualidad se ha convertido en el problema número uno del país son una tasa de desempleo alta y con un porcentaje de subempleo que está arriba del 50% según fuentes en la Secretaria de Trabajo y Seguridad Social. Esta situación se verá aún más afectada debido al vandalismo y destrucción que ocurrió en el país a finales de noviembre principios de diciembre del 2017 que afectaron en su mayoría la región del Valle de Sula.

Con esta situación es de suma importancia las relaciones del proyecto con la empresa privada ya que estas son las únicas que le pueden brindar empleo o prácticas profesionales a sus participantes.

3.2.1.9 Tamaño de Posibles Socios

Debido a que el proyecto se encuentra en cinco diferentes municipios los cuales son:

- San Pedro Sula
- Choloma
- Villanueva
- El Progreso
- San Antonio de Cortes

Se necesita hacer un análisis de la cantidad de empresas que existen en cada municipio. Para recopilar esta información se visitó la página web de la Cámara de Comercio de cada uno de estos municipios. Según los datos recopilados se muestra que en San Pedro Sula hay 2354 empresas afiliadas a la Cámara de Comercio e Industrias de Cortes, y en Villanueva hay 121 empresas afiliadas a la Cámara de Comercio e Industrias de Villanueva. Para

los restantes tres municipios la información no aparece en su página web y no se ha podido contactar con estas organizaciones.

3.2.1.10 Las 4 P's

- **Producto:** El producto que se le estará ofreciendo a las empresas son los jóvenes ya capacitados en un área técnica y con seis meses de fortalecimiento de sus habilidades interpersonales como ser inteligencia emocional, ética en el área de trabajo y trabajo en equipo.
- **Plaza:** Se les asegura que al momento de iniciar su pasantía laboral los jóvenes se estarán presentando responsablemente a su área de trabajo.
- **Precio:** El precio en el que incurrirán las empresas será el tiempo que tendrán que invertir para orientar a estos jóvenes al momento que ellos inicien su práctica laboral.
- **Promoción:** Como beneficio a las empresas se les estará presentando como socios de Visión Mundial y también este trabajo les ayudará a completar su labor como empresas socialmente responsables.

3.2.1.11 Definición de público objetivo

Como primera parte del plan de mercadeo se debe de escoger el público objetivo a quien desean dirigir sus esfuerzos. En este caso se recomienda dirigirse a la mediana y grande empresa ya que estas son las que tienen mayor capacidad para poder brindar una plaza laboral o una pasantía laboral a los participantes del proyecto. Siempre se propone dirigirse a la empresa pequeña a una menor escala y no invirtiendo mucho esfuerzo en esta.

3.2.1.12 Mensaje

Al ser este un proyecto social y no un proyecto grande no se crea ningún eslogan que lo identifique específicamente aparte de su nombre Jóvenes Súper Pilas. Con el mensaje que se transmite lo que se quiere lograr es que las empresas que se contacten y demás personas sepan que los jóvenes que terminan el proceso son personas que tienen un alto nivel de compromiso. Estos son jóvenes que han estado dentro del proyecto durante un año, en el cual en los primeros seis meses se les enseña la metodología Youth Ready donde se les enseñan habilidades para la vida y en los próximos seis meses se les inscribe en un taller para que aprendan una habilidad técnica. Son personas que han adquirido valores laborales, compromiso con sus comunidades, conocimiento técnico en el área que ellos escogieron y conocimiento en técnicas de emprendimiento. Se busca que la empresa esté segura que esta persona se desempeñara de una manera honesta y responsable dentro del ámbito laboral. Incluyendo estos beneficios las empresas también pueden contar esto como responsabilidad social, siendo este un requisito que ellos deben cumplir para recibir ciertas acreditaciones internacionales.

3.2.1.13 Contacto con Empresas

Al no tener un presupuesto para mercadeo se recomienda hacer una lista priorizada de las empresas con las que se quiere que se considera tienen mayores posibilidades de ser aliados para el proyecto. Después de tener la lista establecida de las empresas con las que se quiere entablar un contacto, se recomienda hacer un espacio en la agenda todos los jueves en la mañana para ir a una empresa cada jueves y poder tener una reunión con ellos donde

se les explica cuál es el propósito del proyecto al mismo tiempo haciéndoles una propuesta para poder trabajar juntos. De esta manera se organiza mejor el contacto con las empresas y se puede entregar un mensaje más claro. Esto se debe de repetir siempre en los últimos meses de las capacitaciones técnicas de los nuevos grupos.

3.2.1.14 Folleto Informativo

Se recomienda la creación de un folleto informativo en el cual se incluya toda la información de lo que hace el proyecto y también cuales son las necesidades que tiene el proyecto de la empresa privada. Este es con el fin de que al finalizar cada reunión pueda ser entregado a la empresa como recordatorio de lo hablado durante la reunión. Estos también van a ser puestos en lugares estratégicos para que posibles empresarios puedan tener acceso a ellos y contactarse con el proyecto en caso que deseen colaborar con este.

3.2.1.15 Redes Sociales

Ya que este no es un proyecto que cuentas con sus propias redes sociales, sino que estas son manejadas en la oficina nacional ubicada en Tegucigalpa y son para toda la organización de Visión Mundial Honduras, no para un solo proyecto. Se recomienda contactar a la oficina nacional y solicitar que se le permita al proyecto hacer un posteo al mes en el cual se pueda mostrar información del proyecto al igual que formas para poder contactarse con el encargado de este.

3.2.1.16 Desayunos Empresariales

En la última etapa del proyecto los jóvenes reciben una capacitación técnica con la cual se busca ellos puedan encontrar una pasantía laboral en una empresa enfocada en el rubro que recibieron la capacitación técnica. Se recomienda que al finalizar las capacitaciones técnicas se desarrollen desayunos empresariales en los cuales se inviten a las empresas que están dentro del rubro en el que fueron capacitados los jóvenes. De esta manera ellos van a poder conocer de una manera más directa por quienes fueron capacitados, las habilidades que adquirieron los jóvenes y de qué manera ellos se pueden beneficiar como empresa. Se recomienda hacer estos cuando se está cerca de finalizar los cursos técnicos.

Tabla 1: Calendario de Desayunos

Calendario de Visitas a Empresas			
Fecha	Municipio	Empresas	Departamento
18-ene-18	San Pedro Sula	Cafes	RRHH
06-jun-18	Choloma	Maquilas textiles	RRHH
13-jun-18	Villanueva	Empresas de comida	RRHH

Tabla 2: Presupuesto Desayuno San Pedro Sula

Presupuesto Desayuno Empresarial SPS			
Descripcion General	Cantidad	Precio	Total
Local	1	Patrocinio de socio	Lps. 0
Boquitas de Panaderia Extra	25	Lps. 40	Lps. 1,000
Refrescos 3 lt	3	Lps. 45	Lps. 135
Utensilios(platos, vasos, servilletas)	1	Lps. 30 c/u	Lps. 90
Brochures	25	Lps. 12	Lps. 300
Total			Lps. 1,525

Tabla 3: Presupuesto Desayuno Choloma

Presupuesto Desayuno Empresarial Choloma			
Descripcion General	Cantidad	Precio	Total
Local	1	Patrocinio de socio	Lps. 0
Boquitas de Panaderia Extra	15	Lps. 40	Lps. 600
Refrescos 3 lt	3	Lps. 45	Lps. 135
Utensilios(platos, vasos, servilletas)	1	Lps. 30 c/u	Lps. 90
Brochures	15	Lps. 12	Lps. 180
Total			Lps. 1,005

Tabla 4: Presupuesto Desayuno Villanueva

Presupuesto Desayuno Empresarial Villanueva			
Descripcion General	Cantidad	Precio	Total
Local	1	Patrocinio de socio	Lps. 0
Boquitas de Panaderia Extra	15	Lps. 40	Lps. 600
Refrescos 3 lt	3	Lps. 45	Lps. 135
Utensilios(platos, vasos, servilletas)	1	Lps. 30 c/u	Lps. 90
Brochures	15	Lps. 12	Lps. 180
Total			Lps. 1,005

3.2.1.17 Plan de Reuniones con Empresas

A continuación, se presenta la calendarización de las empresas y las fechas que se ha determinado serán más beneficiosas para el proyecto. El día que se escogió para hacer las visitas es un jueves ya que normalmente es el día de la semana que más accesibilidad tienen las empresas. También se decidió comenzar a hacer las visitas hasta abril para poder dar avances de lo que los jóvenes han aprendido en sus capacitaciones hasta la fecha.

Tabla 5: Calendario de Reuniones

Calendario de Visitas a Empresas

Fecha	Municipio	Empresa	Departamento
05-abr-18	San Pedro Sula	Corporacion Lady Lee	RRHH
12-abr-18	Villanueva	Greenvalley	RRHH
19-abr-18	Choloma	Gildan	RRHH
26-abr-18	El Progreso	Zip el Porvenir	RRHH
03-may-18	San Antonio de Cortes	Hidrovolcan	RRHH
10-may-18	San Pedro Sula	Grupo Comidas	RRHH
17-may-18	Villanueva	Franquicia Gold	RRHH
24-may-18	Choloma	Cargill	RRHH

Tabla 6: Calendarización del Plan de Mercadeo

		Plantilla Plan de Mercadeo																																			
		ENERO				FEBERERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO							
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Actividades	Desayunos empresariales																																				
	Visita a empresas																																				
	Publicaciones en Redes Sociales																																				
		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE																			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4																

3.3 Impacto de la Mejora

Para poder evaluar si la propuesta de mejora tendría un impacto positivo en el proyecto Jóvenes Súper Pilas se realizó una entrevista con la directora del

proyecto la Licenciada Sheyla Ramos. Durante la entrevista, ella expresó la necesidad que tiene el proyecto de un plan de mercadeo ya que actualmente no se cuenta con uno. Mencionó, que al contar con un plan de mercadeo este sería de beneficio para entablar relaciones con las empresas en los diferentes municipios y así cumplir con las metas deseadas.

“El mercadeo es importante para todas las empresas porque el éxito de un negocio se determina en el sitio de mercado.” (Allen, 2012)

Aunque muchas organizaciones creen que dedicar tiempo al mercadeo no es muy eficaz ya que para ellos esta no es su preocupación primordial, Kotler menciona que existen beneficios en la elaboración de un plan de mercadeo. (Kotler, 1981) Algunos beneficios listados por Melville Branch son:

- Estimula el pensamiento sistemático de la gerencia.
- Mejor coordinación de los esfuerzos de la compañía.
- Dirige el desarrollo de los estándares de desempeño para efectos de control.
- La compañía orienta sus objetivos y políticas. (Kotler, 1981)

Se puede ver que el mercadeo puede determinar el éxito y fracaso de una empresa o proyecto ya que con este va arraigado directamente a los objetivos.

Capitulo IV

4.1 CONCLUSIONES

1. Durante la práctica profesional en Visión Mundial se pudo pudieron poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria, desarrollando todas las tareas asignadas de una manera eficiente.
2. Se determinó que en la actualidad no hay procesos que ayuden o faciliten las labores de mercadeo y comunicaciones dentro del proyecto.
3. Por medio de una encuesta cuantitativa se pudo determinar que los empleados del proyecto Jóvenes Súper Pilas no notan que hay una gestión en cuanto al área de mercadeo y comunicaciones para beneficio del proyecto.
4. Se desarrolló un plan de mercadeo que lograra facilitar y mejorar las labores de mercadeo y comunicaciones en el proyecto Jóvenes Súper Pilas.

4.2 RECOMENDACIONES

4.2.1 RECOMENDACIONES A LA EMPRESA

- Se recomienda permitir al administrador enviar los documentos que necesitan firmas o revisión vía correo, para mejorar los procesos financieros de parte de la oficina nacional hacia los proyectos. Hay muchos procesos que son muy burocráticos y requieren que el administrador este fuera del proyecto por varios días, causando retrasos en su trabajo y complicaciones para los proyectos.

4.2.2 RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD

- Se recomienda hacer una actualización del pensum en la carrera de mercadotecnia. Estamos en el siglo XXI en la era digital y aun así la universidad no imparte clases relacionadas con el mercadeo digital o técnicas de mercadeo más recientes. Es un pensum bastante desactualizado.

4.2.3 RECOMENDACIONES AL ESTUDIANTE

- Se recomienda a los estudiantes involucrarse en los diferentes talleres que se imparten dentro y fuera de la universidad. Es de suma importancia que no se conformen solo con el conocimiento que están recibiendo dentro de la universidad. En esta era las tecnologías y la innovación avanzan a un ritmo acelerado, debido a esto es importante siempre mantenerse a la vanguardia de lo nuevo que está surgiendo.

BIBLIOGRAFIA

Allen, K. (2012). *Empresarismo: construye tu negocio (2a. ed.)*.

Definicion.de. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/ong/>

IEBS. (2016). Obtenido de <http://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>

INE. (2016). Obtenido de http://www.ine.gob.hn/index.php?option=com_content&view=article&id=94

Kotler, P. (1981). *Mercadotecnia*.

Mundial, B. (2017). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/honduras>

RAE. (2010).

thefreedictionary. (2016). Obtenido de

<https://es.thefreedictionary.com/bolet%C3%ADn>

UMAÑA, M. L. (2009). Obtenido de

<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/361/1/GE4020%20Plan%20de%20Mercadeo%20-%202009%20-%20Ciencias%20Econ%C3%B3micas.pdf>

Vision Mundial Honduras. (2016). Obtenido de

<http://www.wvi.org/es/honduras>

WVI. (2014). Obtenido de World Vision International: <http://www.wvi.org/our-history>

GLOSARIO

Subempleo: Emplear a alguien en un puesto inferior al que le correspondería de acuerdo a su capacidad. (RAE, 2010)

Organización no Gubernamental: Entidades de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la administración pública y que no tienen afán lucrativo. (Definicion.de, 2009)

Boletín: Publicación periódica de información sobre una materia determinada. (thefreedictionary, 2016)

Folleto: Impreso que contiene información sobre determinado servicio o producto. (thefreedictionary, 2016)

ANEXOS

Ilustración 1: “Graduaciones”



Ilustración 2: “Plantilla participantes”

Num.	Nombres	Apellidos	Municipio	Grupo	Sexo	Telefono	Fecha Nacimiento	Talla Camisa	Talla Zapatos	Direccion
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										

Hoja1

Ilustración 3: “Boletín”



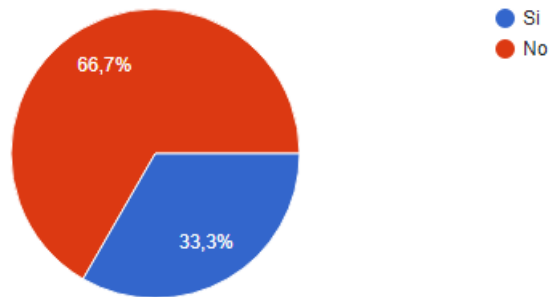
Jóvenes Súper Pilas

**Boletín
2017**

Ilustración 4: “Encuesta”

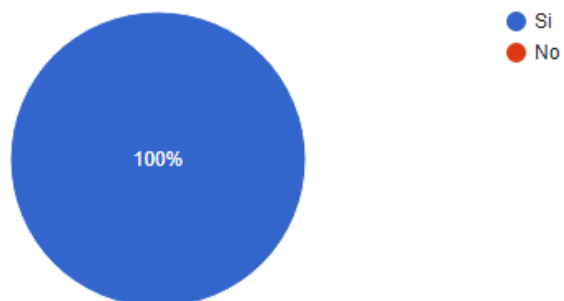
¿Cree usted que actualmente el proyecto Jovenes Super Pilas tiene una gestion eficiente en el area de mercadeo y comunicaciones?

3 respuestas



¿Considera que es importante para las metas del proyecto mejorar estas gestiones?

3 respuestas



Como calificaría usted la necesidad de una gestión mas organizada en el área de mercadeo y comunicaciones para el proyecto.

3 respuestas

