

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

IDEAWORKS INTERNATIONAL DE SA

SUSTENTADO POR:

ALEJANDRO JOSUÉ BÁRCENAS HERNÁNDEZ

11511155

PREVIO INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C.A.

02 DE OCTUBRE 2020

Agradecimiento

En primer lugar, quisiera agradecerle a Dios, ya que él ha puesto todo en mi camino para forjar un destino de triunfo en mi vida universitaria, con altibajos que me han enseñado a entender que el siempre hace todo para con intenciones correctas para así todo salga bien.

En segundo lugar, a mis padres, ya que ellos han hecho todo lo posible porque yo logre tener una educación de calidad, nunca me han soltado de la mano con su apoyo y amor incondicional y a pesar de todo lo que la problemática del país dicte, nunca me ha faltado nada en ningún momento.

Gracias a mi hermano mayor, mi mejor amigo y más grande ejemplo, porque siempre ha estado ahí pase lo que pase, con su apoyo incondicional y consejos interminables que han encarrilado mi camino en esta vida.

A mis amigos, que me apoyan en las buenas y en las malas, porque sé que, si le extiendo la mano pidiendo ayuda, me responderán de buena manera, porque sé que cualquier consejo que pida, ellos me darán el correcto, pero sobre todo por llenarme de alegrías y buenos momentos, logrando hacer muy bonito mi camino por la universidad.

A mis catedráticos, que ahora son mis amigos, por enseñarme lo bonita que es mi carrera, por darme esas palabras que todos necesitamos para convencernos que estamos en el camino correcto y por llevarme de la mano con sus ejemplos de vida para entender que no todo es fácil, pero nada es imposible.

A IdeaWorks International, por abrirme sus puertas y ser mi escuela de vida profesional en estos tres meses que se me hicieron cortos del buen tiempo que me brindaron, porque nunca me hicieron sentir de menos, siempre me sentí importante y tomado en cuenta.

Índice

Capítulo I – Generalidades de la Empresa	1
1.1 Objetivo General.....	1
1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.3 Datos Generales de la empresa	1
1.3.1 Reseña Histórica de la empresa	1
1.4 Misión	2
1.5 Visión.....	2
1.6 Organigrama de la empresa	2
1.7 Productos o servicios	2
Capítulo II – Actividades Realizadas en la Empresa	3
2.1 Elaborar estudio de Mercados (DIDEMO)	3
2.1.1 Introducción	3
2.1.2 Descripción de la actividad.....	3
2.1.3 Comentario Personal.....	3
2.2 Elaborar Planning Fotográfico (Tacos Don Manolito)	3
2.2.1 Introducción	3
2.2.2 Descripción de la actividad.....	4
2.2.3 Comentario Personal.....	4
2.3 Monitorear en Redes (Grupo Terra, Terra Te Impulsa).....	4
2.3.1 Introducción	4

2.3.2 Descripción de la actividad.....	4
2.3.3 Comentario Personal.....	4
2.4 Apoyar en Community Management (Tiendas Pronto, DIDEMO).....	5
2.4.1 Introducción.....	5
2.4.2 Descripción de la actividad.....	5
2.4.3 Comentario Personal.....	5
2.5 Elaborar Planning de Vídeo (Laboratorios Henie).....	5
2.5.1 Introducción.....	5
2.5.2 Descripción de la actividad.....	5
2.5.3 Comentario Personal.....	6
2.6 Crear requerimientos para publicaciones (IdeaWorks, Tiendas Pronto).....	6
2.6.1 Introducción.....	6
2.6.2 Descripción de la actividad.....	6
2.6.3 Comentario Personal.....	6
2.7 Elaborar RoadMap (Laboratorios Henie).....	7
2.7.1 Introducción.....	7
2.7.2 Descripción de la actividad.....	7
2.7.3 Comentario Personal.....	7
2.8 Organizar Reportes (Cementos Argos, Tiendas Pronto).....	7
2.8.1 Introducción.....	7
2.8.2 Descripción de la actividad.....	7

2.8.3 Comentario Personal	8
2.9 Elaborar de Artes (IdeaWorks)	8
2.9.1 Introducción	8
2.9.2 Descripción de la actividad	8
2.9.3 Comentario Personal	8
2.10 Desarrollar de Campaña Halloween (IdeaWorks)	8
2.10.1 Introducción	8
2.10.2 Descripción de la actividad	9
2.10.3 Comentario Personal	9
2.11 Desarrollar de Campaña X Años (IdeaWorks)	9
2.11.1 Introducción	9
2.11.2 Descripción de la actividad	9
2.11.3 Comentario Personal	9
Capítulo III – Actividades de Mejora	10
3.1 Actividades de Mejora	10
3.1.1 Situación actual:	10
3.1.2 Mejora	10
3.2 Propuesta de Mejora	11
3.2.1 Constancia en Redes / Contenido Interactivo	11
Capítulo IV – Conclusiones y Recomendaciones	15
4.1 Conclusiones	15

4.2 Recomendaciones	16
4.2.1 Recomendaciones Empresa	16
4.2.2 Recomendaciones UNITEC.....	16
4.2.3 Recomendaciones Alumnos.....	16
Anexos	17

Resumen Ejecutivo

En el siguiente informe, se muestra información empresarial de IdeaWorks International, empresa que me ha acogido por tres meses para la realización de mi práctica profesional, donde tuve la oportunidad de elaborar procesos, artes visuales creados para la interacción del público, monitoreos, estudios de mercado, planeación de campañas y creación de estas, etc. Siendo todo lo dicho antes, la recopilación de todo lo elaborado en la temporada del 21 de julio al 25 de septiembre del 2020.

El capítulo I, muestra las generalidades de la empresa, detallando su historia e información institucional, ayudando a entender cómo funciona la empresa y el porqué de su manera de trabajar, también gran parte del funcionamiento de su filosofía que lleva a sus colaboradores a trabajar de diferente manera al resto de las agencias, siendo gran parte del mercado digital del país controlado por ellos.

El capítulo II, está dedicado a las actividades realizadas en la temporada que se realizó la práctica profesional, detallando cada uno de los procesos que se tuvieron que llevar a cabo para poder llevar a culmine cada una de estas, explicando paso a paso las tareas que superiores dejaron a cargo de mí persona, para la elaboración y colaboración en las funciones internas de la agencia.

Dichas tareas son explicadas dependiendo de la parte del proceso que se encuentran, cabe recalcar que la agencia dejó distribuidas las tareas a manera que pueda conocer un poco de cada departamento y la cadena que siguen los servicios y productos hasta llegar al momento de ser concluidas y entregadas a los clientes, contemplando correcciones que se puedan dar en el camino para luego seguir con su monitoreo.

El capítulo III, se muestran las mejoras propuestas y actividades de mejora para la agencia, donde se detalla de donde salió la idea, identificando debilidades que pueden ser

solucionadas con cambios en procesos y optimizando la manera que se estaban realizando en un pasado, con el objetivo de aportar a la empresa por medio de conocimientos que se adquirieron en la universidad, logrando dejar una huella en la empresa donde se realizó la práctica profesional.

Se plantean conclusiones y recomendaciones que van de la mano con los objetivos específicos planteados al principio de este proceso de práctica profesional, concluyendo de manera precisa para mostrar si se han alcanzado los objetivos.

Se colocan anexos donde se sustenta el trabajo realizado con pruebas de lo dicho en el capítulo II, dejando constancia de trabajos importantes elaborados en el tiempo que se laboró para la empresa.

Introducción

El mundo digital es en tiempos de pandemia ha crecido exponencialmente, debido a como las empresas se han tenido que adaptar a la nueva normalidad, IdeaWorks International al ser una agencia dedicada específicamente al ecosistema digital de muchos grandes clientes, ha tenido que tomar un rumbo disruptivo, siendo esto un sello de calidad de la agencia, proponiendo y creando tendencias en el mercado digital, haciendo que sus clientes crezcan día a día.

En esta nueva normalidad que el mundo está viviendo, las empresas han tenido que tomar cambios fuertes en su manera de ver el mercado, ya que han tenido que realizar cambios grandes en la manera que han manejado sus procesos de venta a lo largo de su camino en los mercados.

IdeaWorks ofrece soluciones que van de la mano con el crecimiento en los nuevos mercados del mundo, siendo los correctos en esta época, la cual crece digitalmente de una manera tan exponencial que obliga a todo el que quiera entrar el mercado, adaptarse para no morir, dejando de lado todo lo que conocíamos como medios tradicionales para publicitarse, entrando a la nueva era de crecimiento para todos los mercados existentes.

Capítulo I – Generalidades de la Empresa

1.1 Objetivo General

Apoyar el manejo del ecosistema digital de las cuentas que maneja IdeaWorks International, mediante la creación de contenido e ideas disruptivas que ayuden al crecimiento de los clientes.

1.2 Objetivos Específicos

1.2.1 Crear campañas aplicables al ecosistema digital, que a su vez cumplan con las necesidades del mercado y principalmente del cliente.

1.2.2 Monitorear en tiempo real las campañas aplicadas, para identificar posibles correcciones a futuro.

1.2.3 Adentrarse en las tendencias, logrando aportes que el mercado exija, pensando ideas disruptivas que logren impactar en las plataformas.

1.3 Datos Generales de la empresa

1.3.1 Reseña Histórica de la empresa

En el año 2010, nace IdeaWorks International, fundada por Rodolfo Salazar en el país de El Salvador, en 2011 comienza operaciones con un equipo de 5 personas y un total de 5 clientes, en 2012 se renueva la marca para refrescar el concepto que se maneja, con un año de inicio de operaciones se suman 10 personas más al equipo haciendo un total de 15, manejando una cartera de 69 clientes para finales del 2012, en el año 2013 se comienza el desarrollo web de la empresa para llegar a ser una realidad, con un total de 30

colaboradores, cerrando el año con 398 clientes, se identifica una necesidad en el año 2014, actualmente se cuentan con 487 clientes a nivel regional, con presencia en 5 países.

1.4 Misión

Alcanzar objetivos de negocios que te hacen feliz.

1.5 Visión

Establecer ideas disruptivas que transforman vida.

1.6 Organigrama de la empresa

IdeaWorks International trabaja con un sistema muy movido, donde existe bastante rotación de personal y generar oportunidades nuevas, siempre dejando la oportunidad de crecer al momento de sobresalir de los demás, por lo mismo cuenta con tres departamentos para el manejo de sus empleados:

1.6.1 IWcreate

1.6.2 IWgrow

1.6.3 IWthink

1.6.4 IWengage

1.7 Productos o servicios

Actualmente IdeaWorks cuenta con tres servicios principales y algunos secundarios:

1.7.1 Diseño y Desarrollo de campañas

1.7.2 Manejo de Redes Sociales

1.7.3 Planificación de Plataformas.

Capítulo II – Actividades Realizadas en la Empresa

2.1 Elaborar estudio de Mercados (DIDEMO)

2.1.1 Introducción

Un estudio de mercados es sumamente importante antes de cualquier toma de decisiones que planea la empresa, debido a que se reducen riesgos y se logra concluir para luego actuar.

2.1.2 Descripción de la actividad

Luego de una reunión entre estrategas se tomó la decisión de realizar un estudio de mercados para el mercado de motos, debido que a partir de la respuesta del público se iba a tomar la decisión de que motos traer en el siguiente arribo de producto.

2.1.3 Comentario Personal

Es muy importante al momento de tomar decisiones entender cómo se mueve el mercado en esos momentos, ya que esto ayuda a que se tomen decisiones correctas con menos riesgo.

2.2 Elaborar Planning Fotográfico (Tacos Don Manolito)

2.2.1 Introducción

Un planning es un ejemplo exacto de lo que se quiere llegar a tener como producto terminado, es muy importante debido que de ahí sale la pauta de lo que se quiere entregar como producto final.

2.2.2 Descripción de la actividad

Se toman ejemplos ya elaborados antes, donde se toma como pauta un producto terminado muy similar a lo que queremos llegar a tener, y se presentan para su aceptación.

2.2.3 Comentario Personal

Me parece perfecto realizar esto antes de realizar cualquier proyecto fotográfico tener una pauta de lo que se quiere llegar a tener, ya que hace más liviano el trabajo.

2.3 Monitorear en Redes (Grupo Terra, Terra Te Impulsa)

2.3.1 Introducción

El monitoreo en tiempo real en redes es una herramienta muy importante debido a que cualquier eventualidad que aparezca se corrija sin necesidad de llegar a mayores.

2.3.2 Descripción de la actividad

Es un sondeo del movimiento de actividades realizadas en línea, debido a que las plataformas digitales son las herramientas digitales más utilizadas en este medio, donde se toman medidas que otorgan control de las situaciones que están sucediendo o pueden suceder, para la corrección de estas.

2.3.3 Comentario Personal

El movimiento de las redes es tan impredecible, la inestabilidad también es un favor en contra del medio, por lo mismo es muy correcto monitorear las actividades que se están realizando en las plataformas, ya que nunca se sabe si se presentará un inconveniente.

2.4 Apoyar en Community Management (Tiendas Pronto, DIDEMO)

2.4.1 Introducción

El contacto con los clientes de manera directa siempre es importante, ya que esto es la cara de la empresa, por lo mismo hay que saber plantear respuestas a los clientes de manera correcta y buscando siempre ayudar y liberar todas las dudas posibles al momento de entregar una respuesta, entre mejor se responde, más satisfecho el cliente y nos damos cuenta cuales son las necesidades del mercado en el momento.

2.4.2 Descripción de la actividad

Es una manera de hablar directamente con los clientes, donde se logra la interacción más precisa y el entendimiento de las necesidades del cliente.

2.4.3 Comentario Personal

Cuando se tiene una interacción tan directa con los clientes, se entiende muchísimo mejor lo que el mercado quiere por eso esta actividad me parece de las más importantes en los procesos de las empresas.

2.5 Elaborar Planning de Vídeo (Laboratorios Henie)

2.5.1 Introducción

Los videos corporativos siempre son una buena herramienta para lograr alcance, por lo mismo se busca que transmita lo que la marca quiere y crear leads con los clientes.

2.5.2 Descripción de la actividad

Consiste en reuniones programadas con el equipo de creatividad y estrategias, realizando una lluvia de ideas dejando lo más importante como prioridad, logrando llegar

a un acuerdo donde se establecen parámetros para la elaboración de este, entregando al cliente un producto final con lo que él esperaba.

2.5.3 Comentario Personal

Me parece una manera excelente de llevar a cabo este tipo de proyectos, ya que es muy bueno coincidir antes de presentar algo a los clientes, de esta manera se filtran las mejores ideas y se llega a un consenso total.

2.6 Crear requerimientos para publicaciones (IdeaWorks, Tiendas Pronto)

2.6.1 Introducción

Al ser encargados de plataformas digitales, se necesita un orden, donde con la ayuda de herramientas como los requerimientos, se logra organizar actividades tan grandes como las publicaciones mensuales.

2.6.2 Descripción de la actividad

La actividad consiste en idear y organizar por partes las publicaciones a realizar durante el mes siguiente, proponiendo ideas, referencias de contenido y el orden que serán publicadas las imágenes, logrando un orden en el procedimiento antes de sacar cualquier contenido.

2.6.3 Comentario Personal

A mi criterio es una manera muy ordenada y específica de trabajar este tipo de proyectos, ya que se alivia mucho la carga que se puede llegar a tener en épocas donde no se tiene contacto con los compañeros.

2.7 Elaborar RoadMap (Laboratorios Henie)

2.7.1 Introducción

Los RoadMaps son una herramienta para limitar tiempos, esto para tener un punto de referencia al momento de entregar los procedimientos a realizar con el cliente, así ambas partes del proceso saben cómo se estará manejando todo lo que conlleva al producto final.

2.7.2 Descripción de la actividad

Esta actividad consiste en dividir tiempos de entrega por fases y fechas de cada una de las tareas a realizar.

2.7.3 Comentario Personal

El organizar de esta manera las actividades que se harán, sirve para tener un punto de partida de cómo se manejará todo, por ende, ayuda a organizarse mejor ya que existen límites de entrega.

2.8 Organizar Reportes (Cementos Argos, Tiendas Pronto)

2.8.1 Introducción

Los reportes son parte esencial en la continuidad de los trabajos realizados por la agencia, ya que aquí se sacan los datos exactos de cómo se está moviendo la campaña, dando a conocer si las campañas están trabajando bien.

2.8.2 Descripción de la actividad

La tarea consiste en tomar todos los procesos elaborados y verificar datos, para la toma de decisiones que logren cambios para mejora o logren identificar las mejores elaboraciones y así entender que es lo que el mercado está demandando y siendo correcto para realizar.

2.8.3 Comentario Personal

Esta herramienta me parece perfecta para determinar que está funcionando y descartar lo que no, siendo esto clave para entender lo que el mercado demanda.

2.9 Elaborar de Artes (IdeaWorks)

2.9.1 Introducción

La elaboración de artes en una agencia es un producto tan palpable que tiene que salir perfecto, ya que demostrar la calidad en este servicio, ayuda a crear confianza en los clientes que consumen este producto.

2.9.2 Descripción de la actividad

Después de varios filtros que pasan los requerimientos, se logra determinar que artes van a salir y así comenzar a elaborarlas, para luego pasar por otro filtro de aceptación y luego publicarlas.

2.9.3 Comentario Personal

La elaboración de artes me parece un perfecto ejemplo de plasmar ideas, determinando específicamente todo lo que la idea quiere transmitir, mostrando todo lo que el mercado demanda.

2.10 Desarrollar de Campaña Halloween (IdeaWorks)

2.10.1 Introducción

Las fechas celebres y festivas son siempre una buena oportunidad de aprovechar la temporada para lograr alcance en el mercado, tomando en cuenta ideas creativas que logren la disrupción.

2.10.2 Descripción de la actividad

Se propone una campaña de fechas festivas, donde de manera creativa se presente la idea perfecta para fomentar la interacción del público, donde se pueda presentar al mercado todos los servicios que la agencia propone.

2.10.3 Comentario Personal

Me parece perfecto la manera de aprovechar que las fechas festivas tan famosas como Halloween ya que ayuda a crear interacción entre las empresas y el público.

2.11 Desarrollar de Campaña X Años (IdeaWorks)

2.11.1 Introducción

La institucionalidad de la empresa es de las cosas que más se tiene que cuidar, ya que prácticamente es la cara con la que se muestran a sus clientes. Los triunfos se tienen que sacar a recalcar ya que es una muestra al público de la experiencia que tienen en el ambiente.

2.11.2 Descripción de la actividad

Se propone una campaña en momentos celebres, donde de manera creativa se presente la idea perfecta para fomentar la interacción del público, donde se pueda presentar al mercado todos los servicios que la agencia propone.

2.11.3 Comentario Personal

Es una manera perfecta de promocionarse, aprovechando la situación del recorrido y éxito empresarial.

Capítulo III – Actividades de Mejora

3.1 Actividades de Mejora

En un mercado tan en constante cambio, se necesita una mejora continua para lograr adaptarse a las necesidades del mercado, más si se está en el rubro digital, siendo esto un gran desafío para las empresas en el rubro.

Al realizar práctica profesional en un ambiente que se desenvuelve tan al día a día, se tienen que pensar mejoras constantes en base a las tendencias del momento, no estancarse y volverse repetitivo, ya que el consumidor se aburre demasiado rápido, por lo que se tiene que estar en constante monitoreo de lo que se está moviendo en el mercado, para adaptar cada una de las marcas con las que se trabaja.

3.1.1 Situación actual:

La página de la empresa es prácticamente descuidada, siendo esto un punto de mejora potencial debido a la importancia que esta tiene en lo que es la institucionalidad de la empresa.

3.1.1.1 Investigación de Mercados

Para lograr un sondeo preciso de lo que la agencia está viviendo en su página principal se hizo una investigación tomando en cuenta factores internos y externos.

Limitantes encontradas:

3.1.1.1.1 Contenido repetitivo.

3.1.1.1.2 Descuido interno debido a la concentración en proyectos externos.

3.1.2 Mejora

Se logró un entendimiento entre superiores de la agencia para modificar la manera en la cual la página se estaba manejando anteriormente, logrando un acuerdo para comenzar a presentar propuestas potenciales e iniciar un nuevo camino al éxito de esta, buscando transmitir más frescura y dominio de los temas en el contenido.

3.2 Propuesta de Mejora

3.2.1 Constancia en Redes / Contenido Interactivo

3.2.1.1 Situación Actual

La agencia no tiene un orden al publicar, al investigar su competencia se puede concluir que le pasa por mucho en interacciones, tampoco se mantiene una constancia en la manera de mostrar el contenido agendado, dejando paso a que a veces se vuelva repetitivo, también, otras veces no transmite lo que la agencia quiere dar a conocer como institución, logrando un círculo donde la empresa no avanza en la creación de ideas nuevas por la falta de control que posee, atrasando los procesos que requieren actividades de este tipo. En cuanto al contenido y sus pilares, se muestra muy débil y repetitivo debido a como se planteó la estrategia de comunicación, con pilares muy corporativos, que al final van muy de la mano con promover servicios de una manera muy poco interactiva, dejando de lado la opinión del público, que puede verse aburrido y poco identificado con el tipo de publicaciones que se están realizando.

3.2.1.2 Mejora: Actualización de pilares y ordenamiento de agenda

Al realizar un análisis tanto interno como externo, se pudo concluir el poco aprovechamiento de plataformas que la empresa tiene, comparando la cantidad de seguidores que tiene con respecto a su competencia más fuerte (Publicidad Comercial), IdeaWorks cuenta con el triple de seguidores con respecto a ellos en la plataforma de Facebook, sin embargo, la competencia genera el triple de interacciones que se generan en las publicaciones de IdeaWorks, la plataforma de Instagram es más nueva la creación de ambas, donde la competencia le gana por muchos seguidores y por muchas

interacciones aun publicando menos contenido. Internamente hablando con la identidad de ambas marcas, la propuesta estratégica de ambos es un poco diferente, Publicidad Comercial es más juvenil, en cambio IdeaWorks es más institucional, dando paso a que el contenido de redes de la competencia sea más interactivo que el de IdeaWorks, como resultado poco tráfico de público. Se analizaron páginas más institucionales donde se compara un poco más el objetivo de ambas plataformas, siendo esta, OgilvyTalks, empresa que se dedica a la promoción de idea y publicidad en redes, siendo comparable con IdeaWorks, identificando y concluyendo el porqué del éxito de las otras plataformas que maneja la competencia, realizando un benchmarking de las redes que poseen encontrando como resultado que ellos involucran al mercado, y lo hacen sentirse parte del mismo, de ahí surge la idea de mi propuesta, donde se comenzó por el ordenamiento de agenda, buscando tener un orden desde el comienzo, para ya no estar publicando al día a día, dejando tiempo para correcciones e ideas que puedan ir surgiendo en el camino. Al terminar de organizar el mes, basándose en cómo funcionan las plataformas, se tomó la decisión de publicar 3 veces a la semana, en los días más importantes según estudios de tráfico realizados por la aplicación que la agencia está suscrita para controlar sus redes (AgoraPulse).



Ilustración 1_Calendario de Publicaciones

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Las ideas propuestas fueron aceptadas por la agencia, se probaron dos publicaciones del nuevo formato y tuvieron éxito en comparación al mes pasado, la cantidad de seguidores que se suscribieron a las plataformas de la página en comparación a agosto fue de un 180% más, la cantidad de interacciones fue del 375% más y los “me gusta” incrementaron en un 200%.

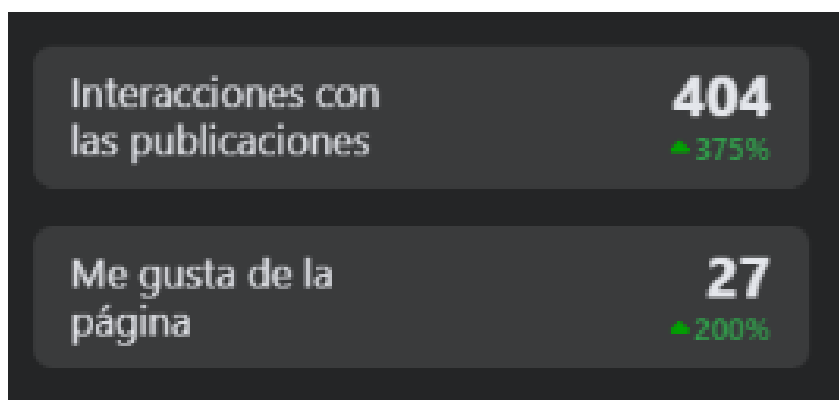


Ilustración 3_EstadísticasIdeaWorks_BussinesManager

Siendo esto buen en comparación a lo que se generaba con la propuesta estratégica que se tenía antes del cambio por propuesta, actualmente soy el encargado de la página, teniendo como labores la elaboración de agenda, parte de las artes y monitoreo de estas, alargando mi estancia después de realizar mi tiempo requerido en práctica, actualmente en periodo de prueba y luego se tendrán platicas de contratación, asignándome 3 cuenta nuevas, teniendo en mi domino 4, IdeaWorks International, Interplast Honduras, Activos Eventuales Lafise, Seguros Crefisa.

Capítulo IV – Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

4.1.1 Debido a la temporada que se exigía por la demanda actual de la temporada de pandemia y demás, se crearon campañas siguiendo los pasos que el proceso requiere, hasta su lanzamiento, cumpliendo con el objetivo propuesto, aportando ideas que ayudaron a la creación de estas.

4.1.2 Se mantuvo un monitoreo constante de las plataformas que la empresa maneja, logrando otro objetivo propuesto al principio de la práctica profesional, donde se tenía previsto como una tarea a realizar de manera constante con la empresa.

4.1.3 Se logró implementar campañas guiadas por tendencias que iban saliendo en tiempo real, adaptándose al mercado como se había previsto.

4.1.4 La agencia tuvo un incremento muy grande debido a la demanda que el mercado exige en tiempo de pandemia, por lo que se lograron más objetivos de los propuestos, trabajando de manera constante y fuerte en lo que se proponía la agencia.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Empresa

4.2.1.1 La empresa es muy constante en el cambio de personal, por lo que a veces no se logra compenetrar el equipo y trabajar de manera conjunta como debería de ser, se propone tomar el tiempo para capacitar de manera correcta a todos los que ingresen, para establecer un ambiente de trabajo grupal y apoyo más consensuado.

4.2.1.2 Encontrar un punto de equilibrio entre los empleados que trabajan, ya que hay algunos que no dan abasto en sus tareas, por ende, deberían de buscar personal más calificado debido a la exigencia de sus clientes.

4.2.2 Recomendaciones UNITEC

4.2.2.1 Apoyo de seguimiento a todos los alumnos por igual, ya que a veces la comunicación entre jefes académicos no es la misma con todos; por lo cual algunos quedan sin saber que requerimientos necesita al momento de matricular, solicitar o comenzar su proceso de práctica profesional.

4.2.3 Recomendaciones Alumnos

4.2.3.1 Ser humilde al momento de entrar a esta nueva etapa, entender que no somos los más capacitados en el área laboral, debido a que venimos a aprender, no a imponer.

4.2.3.2 Lograr adaptabilidad a las situaciones, y aceptar cuando estamos equivocados, ya que esto logra crear un ambiente más ameno entre todos los que laboran en conjunto.

Anexos

Anexos1 – Planning Fotográfico Don Manolito



Ilustración 4_Anexo1.1

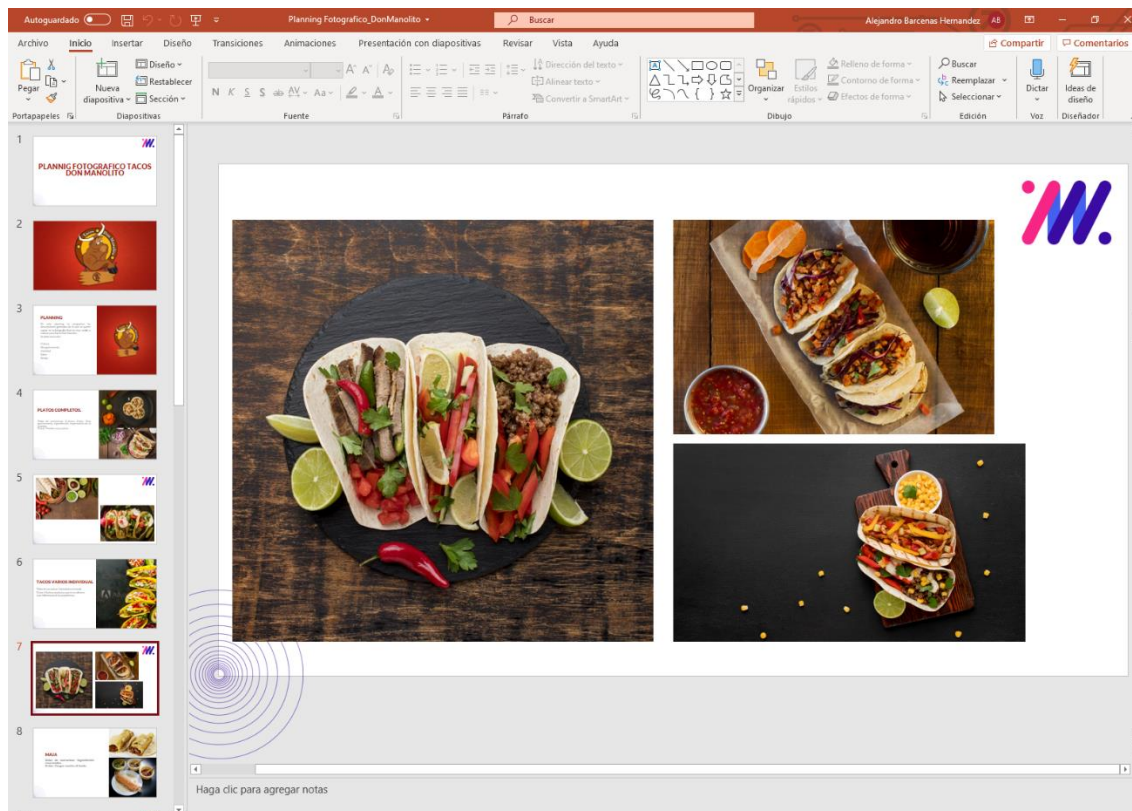


Ilustración 5_Anexo1.2

Anexo2 – RoadMap Henie

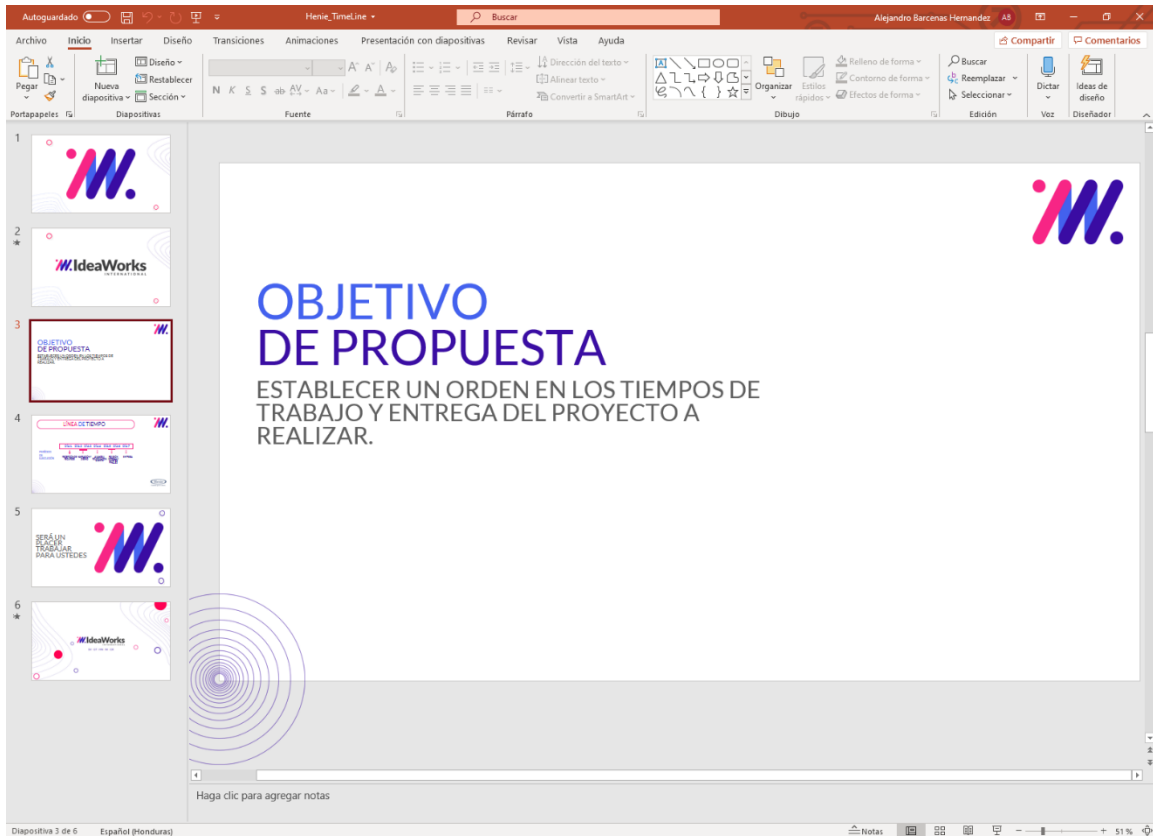


Ilustración 6_Anexo2.1

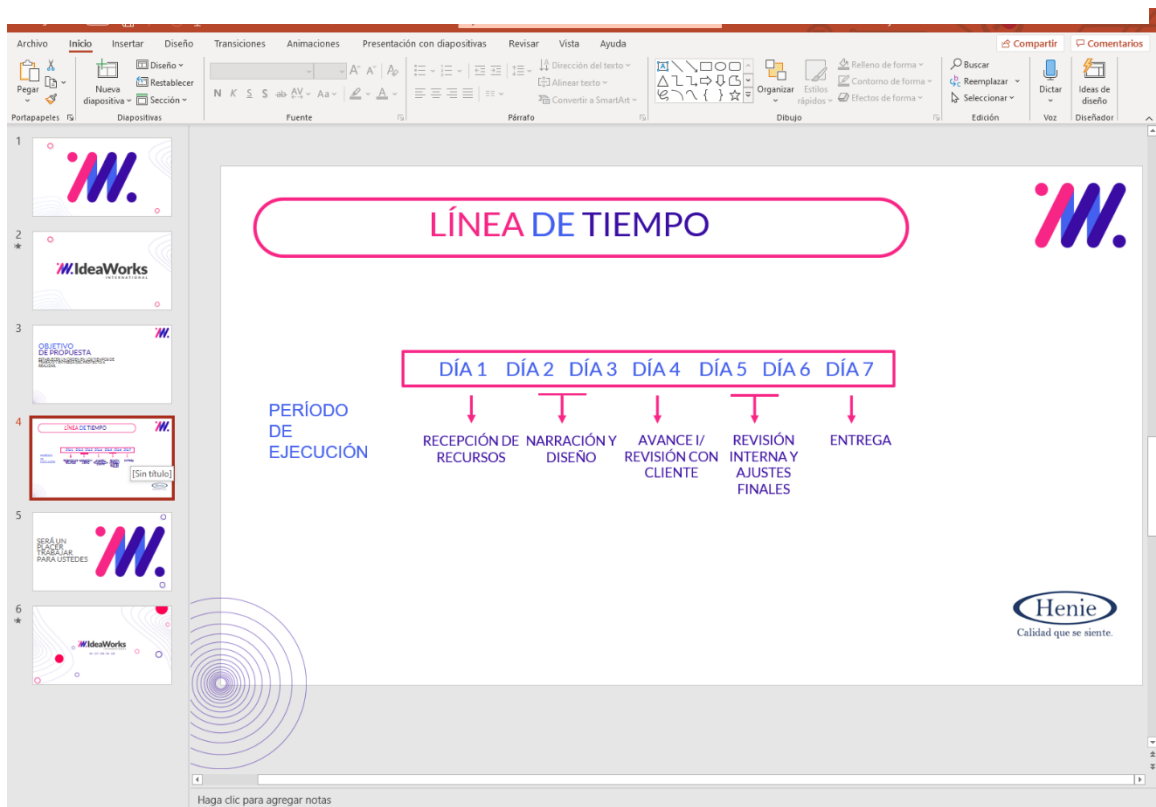


Ilustración 7_Anexo2.2

Anexo3 – CopyPost Pronto

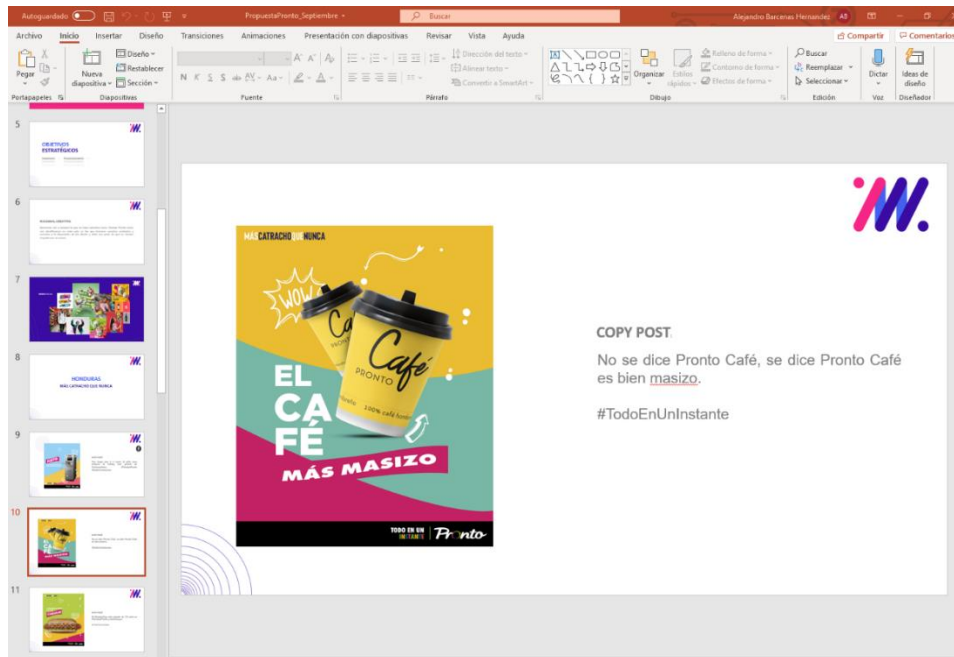


Ilustración 8_Anexo3

Anexo4 – CopyPost Pronto

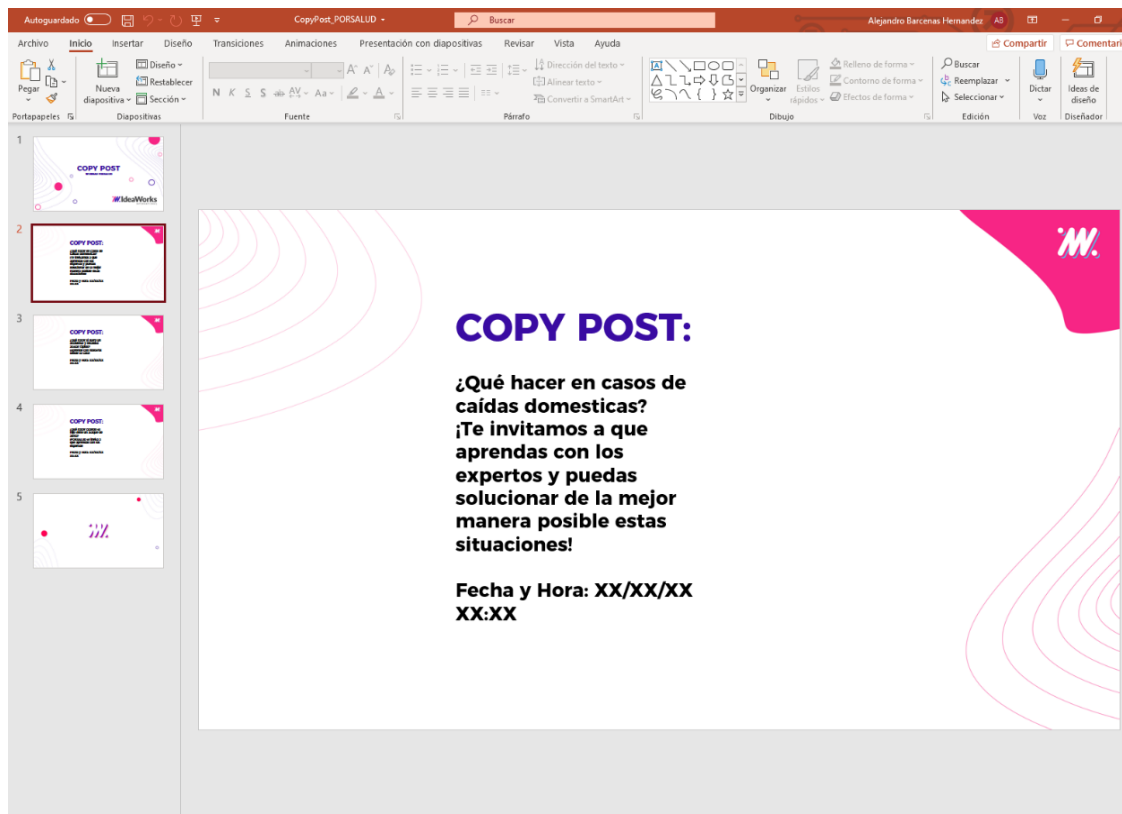


Ilustración 9_Anexo4

Anexo5 – Agendas Pronto, Argos, IdeaWorks

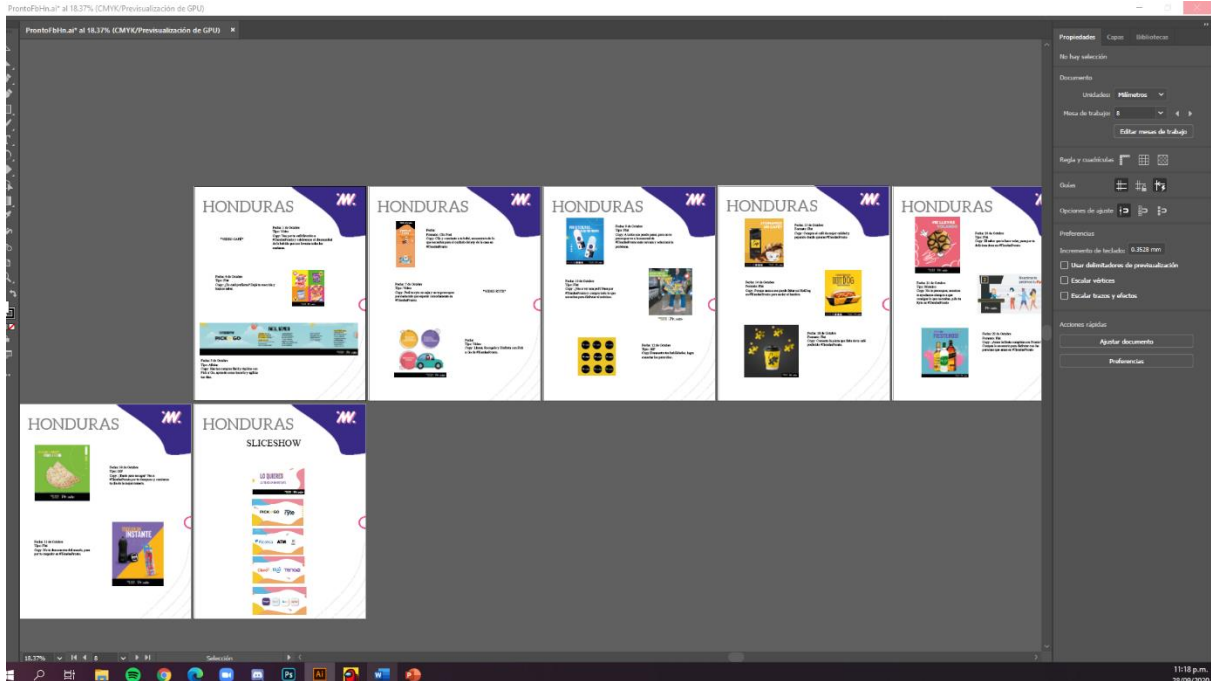


Ilustración 10_Anexo5.1



Ilustración 11_Anexo5.2

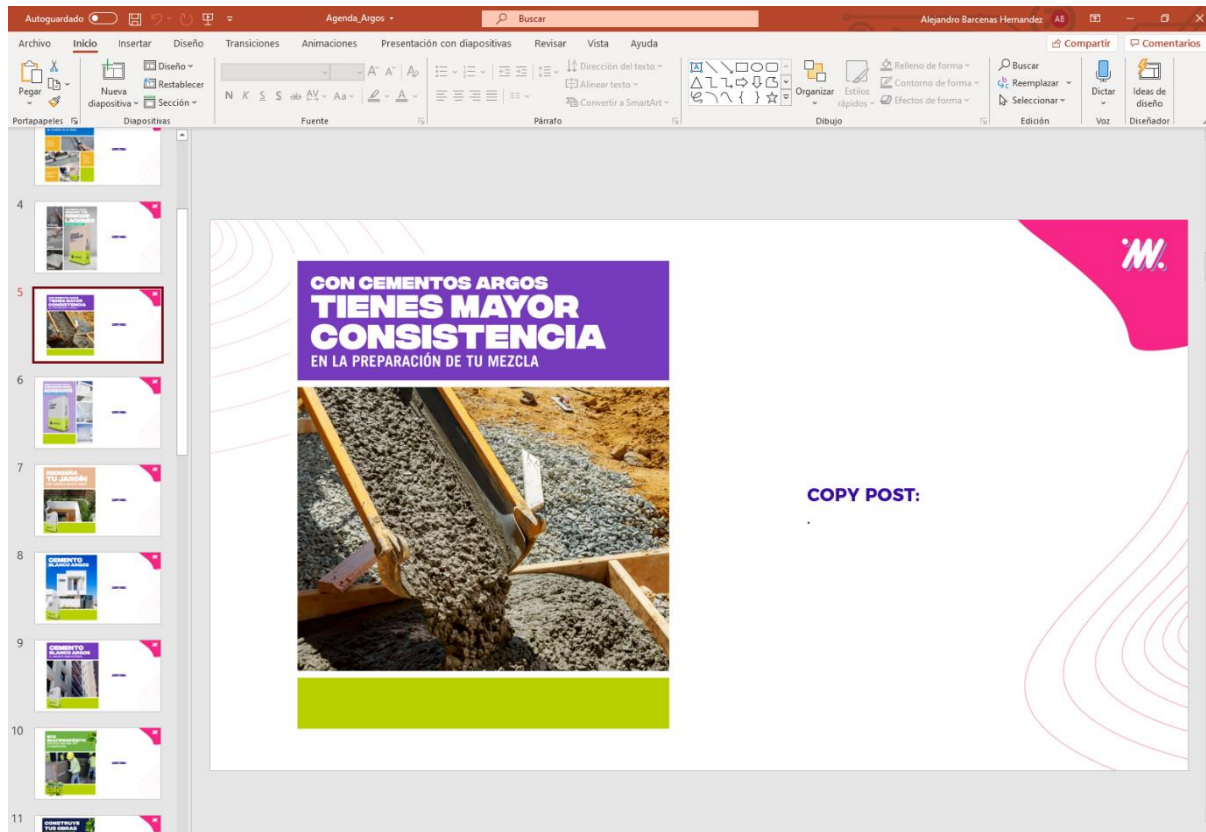


Ilustración 13_Anexo5.3

Anexo6 – Filtración de Leads

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	nombre	profesion	email	celular														
2	Allan Francisco Ramáez García	Ingeniero Civil	jllanfrms@yahoo.com	33907384														
3	Ambrosio ostadeduchuo	Otro	jldjd@be@gmail.com	5338383														
4	Anderson Amaya	Otro	andero13amaya@gmail.com	97145487														
5	Andrea Tercero-Cano	Otro	a.l.tercerocano@gmail.com	32731339														
6	Angélica España	Ingeniero Civil	angelicagespana@gmail.com	95170310														
7	Carlos Enrique Contreras vasquez	Maestro de obra	contrerasvasquezcarlosesrique@gmail.com	99741395														
8	Catherin Hirlanda Castillo Roquee	Otro	catherin63@gmail.com	98687413														
9	Cesar Alfonso Santos Mejia	Ingeniero Civil	cesar.santos.86@gmail.com	31848272														
10	Chadia Banded Nacif	Otro	bandesnacfchadia@gmail.com	97685350														
11	Cindil Mellisa Iacona calix	Otro	cindimellisaiconacalix@gmail.com	96105089														
12	Danny Hernandez	Ingeniero Civil	hernandez1981dan@gmail.com	33794349														
13	Darlan Alvarado	Ingeniero Civil	dafaalvarado@gmail.com	89690361														
14	Darwin Alexander Herrera Cartagena	Albañil	1804darwinhererra1387@gmail.com	97891082														
15	Darwin ortiz	Albañil	darwinortiz@gmail.com	98729897														
16	Denis Alvarez	Ayudante albañil	hntsmustocw@gmail.com	96172177														
17	Dellia Sofía naira baquedano	Otro	sofianaira87@gmail.com	32920777														
18	Denis López	Otro	proyectosertech@gmail.com	88947832														
19	Denis Portillo Moran	Maestro de obra	dns23121986@hotmail.com	99938630														
20	Digna Rodríguez	Otro	rodriguezdgna100@yahoo.com	89623583														
21	Dilcia Mariela López Corrales	Otro	dilcialopez2@gmail.com	94626061														
22	Edlin Rodas	Otro	edlinrodasamayo@gmail.com	89308092														
23	Edward Aguilar	Albañil	edwardaguilar2@yahoo.com	31617056														
24	Edys Hernandez	Albañil	acostasdys3@gmail.com	33116394														
25	Elmer Garcia	Otro	elmer813@gmail.com	94601894														
26	Elmer Isandro aguilar reyes	Maestro de obra	Tayvye@hotmail.com	96052327														
27	Elvin esquivel	Albañil	kastinsy@gmail.com	98025181														
28	Elvin Pineda lopez	Maestro de obra	Elpineda1986@hotmail.com	90743287														
29	Elvis Walter Morales Ordoñez	Otro	Conmoderna@hotmail.com	98103520														
30	Ernesto murillo	Maestro de obra	Conestomurillo@hotmail.com	98472345														
31	Esti Omar Flores Flores	Maestro de obra	omar11616.flores@gmail.com	96230109														
32	Ever Rosado	Maestro de obra	ever.rosado4@gmail.com	33362123														
33	Fátima Yaris Colindres	Ayudante albañil	fatimayariscolindrestoruno@gmail.com	89473638														
34	FANSY DUNESKA OSEGUERA	Otro	espinozafany@gmail.com	32885843														
35	Fredys Mendosa	Ingeniero Civil	mendosafredysconstituciones@gmail.com	96112800														
36	Gabriel Hernández	Otro	gabrielhernandez5_gh@gmail.com	87813538														
37	Geberli Aguilera	Otro	geberhnh@hotmail.com	89693308														
38	Geral Alvarado	Ingeniero Civil	geralalexander@gmail.com	31415509														

Ilustración 12_Anexo6

Anexo7 – Elaboración de Artes

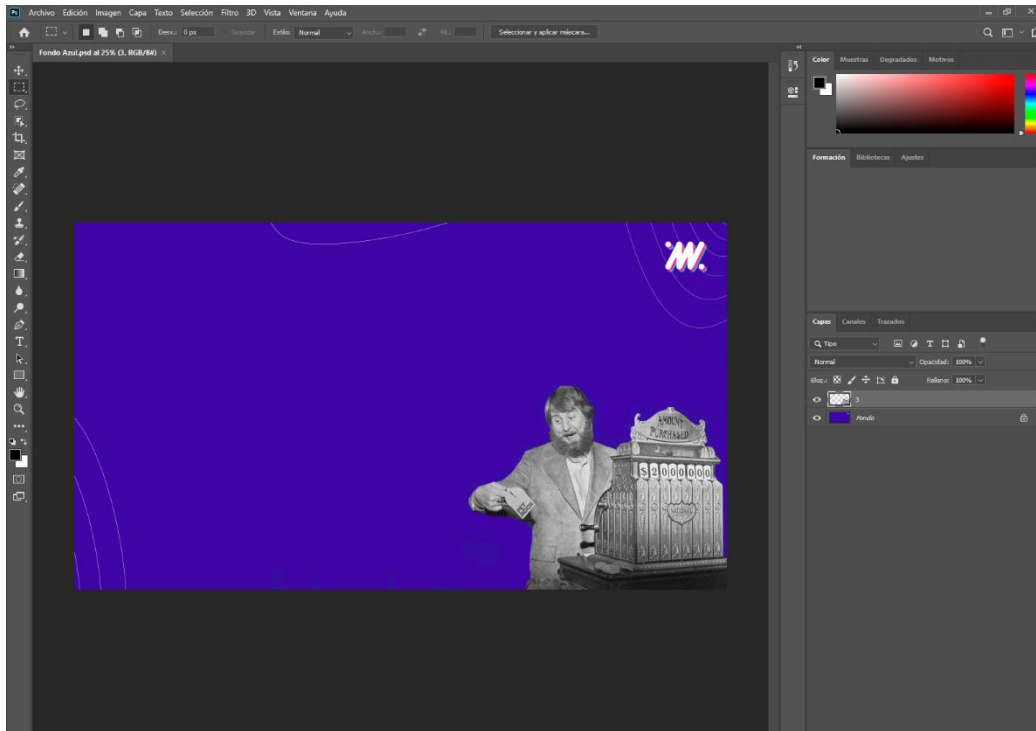


Ilustración 14_Anexo7.1



Ilustración 15_Anexo7.2

Anexo 8 – Requerimientos Publicaciones

FECHA	PLAZA	DESCRIPCIÓN GRÁFICA	FORMATO	STORY	COPY POST	COPY GRÁFICO	REFERENCIA VISUAL	REFERENCIA CONTENIDO
02-oct	FECHA CELEBRE	DÍA DE LA INDEPENDENCIA DE HONDURAS	FIAT		IdeaWorks celebra los 199 años de Independencia Centroca.	LIBRE, GRANDE, FUERTE (ES NUESTRA PATRIA)		ADAPTAR COLORES DE MARCA A LA LÍNEA DE IDEAWORKS, FECHA Y LOGO, CAMBIAR BANDERA DE EL SALVADOR POR LA DE HONDURAS, MISMA IDEA, TODO ADAPTADO A HONDURAS Y IW
17-sep	FECHA CELEBRE	DÍA DEL MAESTRO DE HONDURAS	GIF		Gracias por contarnos conocimientos en el futuro del país a pesar de las adversidades. #DíaDelMaestro #IW	¡FELIZ DÍA A MAESTROS!		MOVIMIENTO EN EL BRAZO Y FUNTERO DEL MAESTRO, COPY GRÁFICO EN PIZARRA, AGREGAR LOGOS Y LÍNEA GRÁFICA DE IW.
18-sep	IWCOACHING	VIDEO INFORMATIVO	VIDEO		¿Qué tanto conoces de La Era Conectada? En este IWCoaching aprende sobre este tema con nuestra Directora de Estrategia y Creatividad! #IWCoaching	VIDEO	https://www.instagram.com/laeraconectada/	ADAPTAR REFERENCIA VISUAL, CON CONTENIDO DE IWCOACHING, ADAPTAR CON ARTES DE LA LÍNEA GRÁFICA DE IW.
21-sep	VALOR PARA	HERRAMIENTAS DE CRECIMIENTO	MOSAICO DE 2		En estos tiempos de Pandemia las redes son tu herramienta más importante, no te quedes atrás y	PIEZA 1: COMIENZA A COMERCIALIZAR EN REDES Y LLEGAR A MÁS PÚBLICO. PIEZA 2: CREA PUBLICACIONES LLAMATIVAS PIEZA 3: CREA PUBLICACIONES ADAPTADAS A TI	https://www.instagram.com/laeraconectada/	ADAPTAR CONTENIDO CON LA MISMA LÍNEA GRÁFICA

Ilustración 16_Anexo8

Anexo9 – Planning de Video

MOODBOARD

CIUDAD: FOTOGRAFÍAS DE PORTE PERIODÍSTICO O DOCUMENTAL, PLANOS GENERALES Y AMPLIOS DE LA CIUDAD Y DETALLES DE LA MISMA.

DOCTORES: PLANOS MEDIOS, GENERALES Y DETALLE (CLOSE UP) DE SU VESTIMENTA, CARA Y ACTIVIDADES.

HOSPITALES: PLANOS GENERALES EXTERIORES, PICADOS O A NIVEL DEL HOMBRO.

INTERIOR HOSPITAL, DETALLE UNICAMENTE EN LOS EQUIPOS MEDICOS

FAMILIAS: PLANOS GENERALES SONRIENTES E ILUMINADAS.

Ilustración 17_Anexo9

Anexo10 – Desarrollo de Campañas

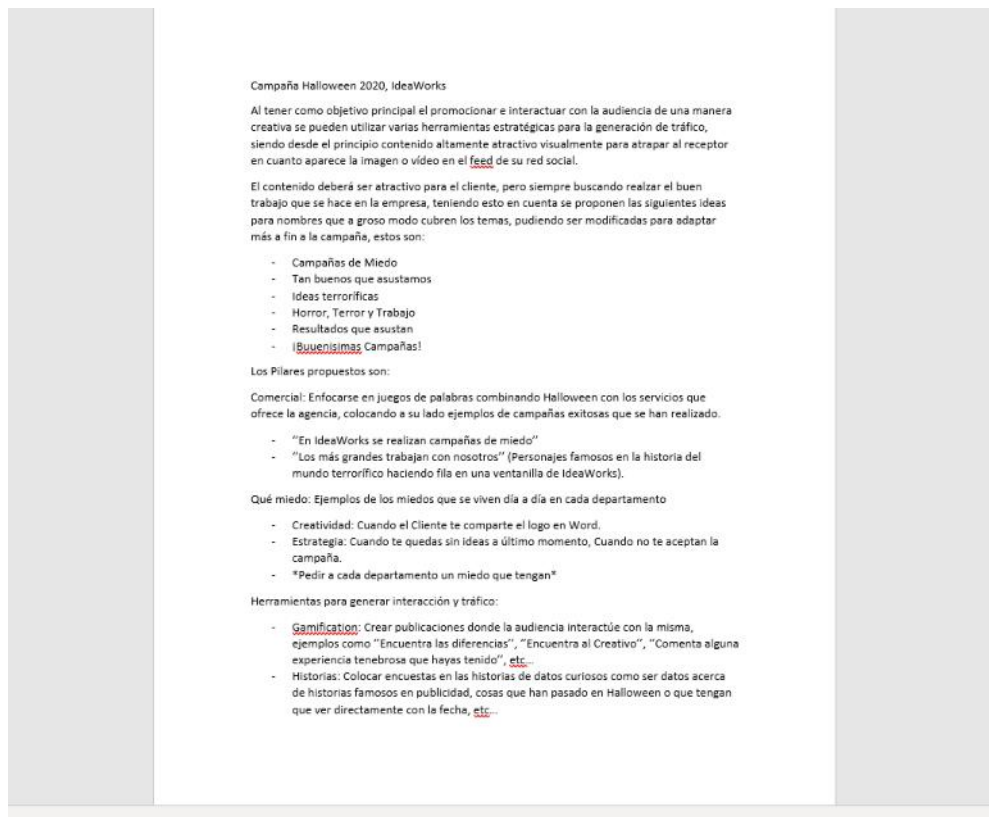


Ilustración 18_Anexo10.1

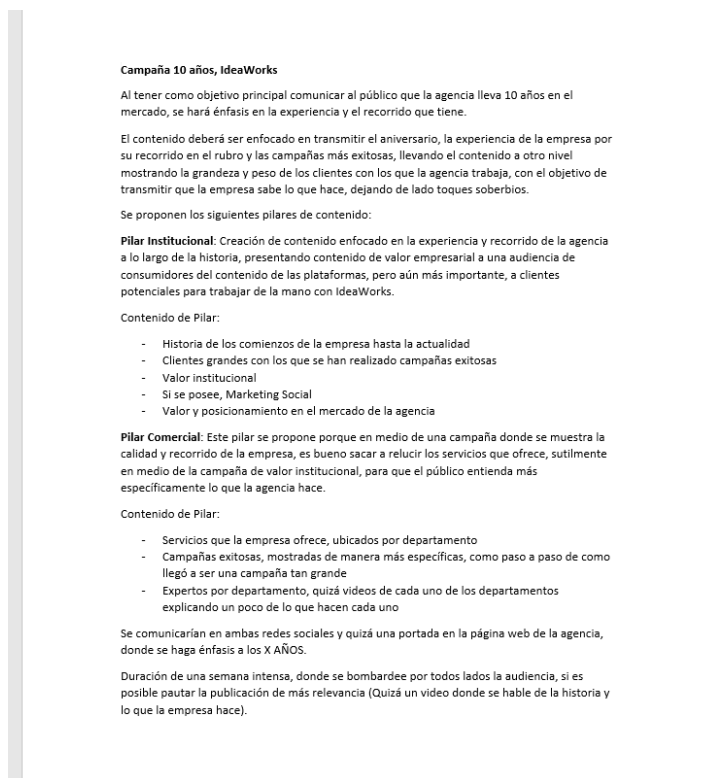


Ilustración 19_Anexo10.2

Anexos11 – Benchmarking Competencia



Ilustración 20_Anexo11.1



Ilustración 21_Anexo11.2



Ilustración 22_Anexo11.3