

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC
CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
INVERSIONES LA PAZ, JETSTEREO

SUSTENTADO POR:

LAURA MARÍA ARANCIBIA VISSER
11551055

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C.A.

29 DE MARZO, 2020

Agradecimientos

Es muy satisfactorio poder culminar con éxito esta etapa de mis estudios. Por esto, en primer lugar, agradezco a Dios por siempre guiar mi camino y llenarme de sabiduría, fuerza y paz durante esta fase de mi vida.

Le doy las gracias a mis padres Juan Carlos Arancibia y Berta Visser por brindarme la oportunidad de tener una educación de excelencia. Les doy las gracias por siempre creer en mí, por guiarme, y siempre preocuparse por mi bienestar.

A UNITEC, la casa de mis estudios de pre grado, gracias por darme la oportunidad de formarme como profesional en el área de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Agradezco de forma especial a mis profesores que transmitieron muchos conocimientos esenciales tanto teóricos como prácticos.

Agradezco a Jetstereo por permitirme realizar la práctica profesional en el área de mercadeo. Así mismo le agradezco a mi jefe inmediato David Nolasco por guiarme, siempre incluirme en el equipo, tomar mis ideas en cuenta y compartir sus conocimientos conmigo. A mis compañeros de trabajo todos fueron una parte esencial y sin dunda a hicieron la experiencia muy agradable.

Laura María Arancibia Visser

Índice

Resumen Ejecutivo	VI
Introducción	VIII
Capítulo I Generalidades de la empresa	1
1.1 Objetivos de la práctica profesional en Jetstereo	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.2 Datos Generales de Jetstereo	2
1.2.1. Reseña Histórica.....	2
1.2.2. Propósito.....	3
1.2.3. Misión.....	3
1.2.4. Visión.....	3
1.2.5 Valores.....	3
1.2.6 Tipo de estructura, Mercadeo.....	4
1.2.7 Productos y Servicios.....	5
1.2.7.1 Productos.....	5
1.2.7.2 Servicios.....	5
Capítulo II – Actividades realizadas en la institución	6
2.1 Crear contenido para redes sociales	6
2.2. Programar publicidad pagada en redes sociales	8
2.3 Elaborar Reportes Redes Sociales	9
2.4 Elaborar reportes generales	10
2.5 Cubrir el lanzamiento del teléfono Huawei NOVA 5T	11
2.6 Diseñar campañas publicitarias para medios digitales	13
2.7 Escribir artículos para el blog de Jetstereo	16
2.8 Crear Estrategias de mercadeo	18
2.9 Investigar Competencia, Benchmarking	19
2.10 Asistir en producción audiovisual	20
2.11 Crear manual Key Selling Points	20
CAPITULO III-ACTIVIDADES DE MEJORA	22
3.1 Actividades de Mejora	22
3.1.1. Cuadro comparativo en reporte mensual de mercadeo digital.....	22
3.1.2. Actividad en Twitter.....	22
3.1.3. Diseñar estrategias Pinterest.....	23
3.1.4. Diseñar campañas.....	23
3.1.5. Generar Reportes.....	23
3.2 Situación Actual	23
3.3 Propuesta de Mejora	25
3.3.1 Desarrollo del Evento.....	26
3.3.1.1 Idea de Jetstereo Tech Talks.....	26
3.3.1.2 Planificación del evento.....	27
3.3.1.2.1 Definición de los objetivos.....	27
3.3.1.2.2 Gestión de locales, logística y restauración.....	27

3.3.1.2.3 Ponentes y presentadores	28
3.3.1.2.4 Actividades y entretenimiento.....	28
3.3.1.2.5 Itinerario.....	28
3.3.1.2.6 Publicidad y promoción.....	29
3.3.1.2.7 Registro de la audiencia.....	30
3.3.1.2.8 Patrocinadores y gestión de socios	30
3.4 Inversión en propuesta de mejora	30
3.5 Impacto de la propuesta de mejora	31
3.5.1. Obtener reconocimiento en noticias y exposición de la marca.	31
3.5.2. Incrementar el tráfico de personas a tiendas Jetstereo.....	31
3.5.3. Llegar al público objetivo con mayor facilidad	31
3.5.4. Interactuar con clientes y clientes potenciales	31
3.5.5. Conseguir contactos valiosos.....	31
3.5.6. Incrementar bases de datos.....	32
3.5.7. Beneficios redes sociales	32
3.5.8. Mejorar la percepción de la marca	32
<i>CAPITULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	33
4.1 Conclusiones	33
4.2 Recomendaciones.....	33
4.2.1 Recomendaciones Empresa:.....	33
4.2.2 Recomendaciones UNITEC.....	34
4.2.3 Recomendación Estudiantes.....	34
<i>Bibliografía</i>	36
<i>Anexos.....</i>	37

Índice de Tablas:

Tabla 1 Productos Jetstero.....	5
Tabla 2 Servicios Jetstero.....	5
Tabla 3 Estudio de posicionamiento de mercado Jetstereo.....	24
Tabla 4 Itinerario Jet Tech Talks	29
Tabla 5 Inversión en propuesta de mejora.....	30

Índice de Ilustraciones:

Ilustración 1 Crear contenido para redes sociales.....	37
Ilustración 2 Cubrir el lanzamiento del teléfono Huawei NOVA 5T	37
Ilustración 3 Asistir en producción audiovisual	38
Ilustración 4 Capacitación Huawei	38
Ilustración 5 Equipo Mercadeo Jetstero.....	39

Resumen Ejecutivo

La tecnología ha revolucionado el mundo y la vida cotidiana de las personas, se ha convertido en una herramienta indispensable para el funcionamiento del mundo. El objetivo principal de la tecnología es ofrecer herramientas que mejoren la vida de las personas, ahorrando tiempo y esfuerzo de trabajo.

Los dispositivos electrónicos que utilizamos hoy en día son muy diferentes a los que se utilizaban cuando recién fueron inventados. La tecnología moderna ofrece dispositivos multifuncionales: teléfonos, relojes, televisores inteligentes, etc.

La industria de la tecnología ha crecido exponencialmente y se mantiene en constante crecimiento en todo el mundo. Esta industria ofrece un rango de productos como computadoras, teléfonos, etc. y servicios relacionados con la tecnología como softwares o sistemas de logística etc.

Inversiones la Paz, es un grupo empresarial con mas de 50 años en el mercado hondureño donde una de sus empresas Jetstereo, ofrece productos y servicios de tecnología. Jetstereo es reconocida como una marca líder en el mercado local.

Jetstereo es distribuidor oficial de marcas como Apple, Huawei, Samsung, LG, Motorola, entre otras. La línea de productos que ofrece tiene un rango amplio: computadoras, teléfonos, relojes inteligentes, cámaras, parlantes etc. y también cuentan con productos de línea blanca como refrigeradoras, estufas, microondas, lavadoras y secadoras.

Las compañías de tecnología constantemente ofrecen productos nuevos, estos vienen con funciones nuevas e innovadoras. La innovación es vital en el rubro de la tecnología, por eso es uno de los pilares de Jetstereo. En Jetstereo es una prioridad ofrecer los productos de tecnología más recientes en el mercado y ser reconocidos como la marca líder en innovación.

Actualmente Jetstereo es un líder en el mercado hondureño, pero su competencia es fuerte y la competencia implementa estrategias de mercadeo agresivas, por ello es vital mantenerse a la vanguardia. Jetstereo ha realizado estudios de mercado y de percepción de marca. Se descubrió que tienen *top of mind* en temas como innovación, asesores expertos, respaldo garantizado y precios justos. Se descubrieron puntos de mejora como la facilidad para adquirir crédito o ser percibidos como una marca amigable.

Jetstereo es una marca fuerte por que siempre trabaja para ofrecer los mejores productos y servicios a sus clientes, la creación de nuevas estrategias de mercadeo es vital para continuar creciendo. En este proyecto se le propone a Jetstereo implementar estrategias de marketing de eventos. Marketing de eventos es cuando una marca, servicio o producto implementa estrategias de mercadeo a través de eventos promocionales. El marketing de eventos entra dentro del marketing experimental y del marketing de contenidos ya que se esperan altas tasas de interacción con la audiencia.

La propuesta se hace con el fin de mejorar el posicionamiento de Jetstereo e incrementar sus ventas en un corto y largo plazo. Al implementar marketing de eventos se crea una experiencia inolvidable, donde Jetstereo sería la primera marca en crear un evento de este tipo en el país.

Introducción

Mercadeo es el estudio del comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. La gestión comercial se analiza para implementar estrategias con diferentes objetivos como pueden ser atraer, retener y fidelizar a los clientes.

Toda empresa debe implementar un plan de mercadeo para poder crecer de la manera más eficiente. El presente informe se deriva de la practica profesional realizada en Jetstereo del mes de enero a marzo 2020.

Jetstereo es una empresa líder de productos y servicios de tecnología en el mercado. Jetstereo es un vendedor autorizado de marcas como Apple, Samsung, LG, Motorola, Huawei, KitchenAid, y muchas más.

Las empresas que se preocupan por sus clientes como Jetstereo dependen de un equipo encargado de velar por los deseos y necesidades de sus clientes. El departamento de marketing tiene la tarea de comunicar el valor de los productos o servicios a su *target* para lograr los objetivos de la empresa. Esta es el area donde se llevo acabo la practica profesional, especificamente en mercadeo digital de Jetstereo.

En la práctica profesional se debe apoyar al equipo de mercadeo con las tareas asignadas utilizando los conocimientos adquiridos por medio de la formación de pregrado y se debe de realizar una propuesta de mejora para la empresa.

Capítulo I Generalidades de la empresa

1.1 Objetivos de la práctica profesional en Jetstereo

1.1.1 Objetivo General

Apoyar en las actividades diarias de mercadeo aplicando conocimientos y habilidades adquiridas en la formación académica de pregrado y formular una propuesta de mejora para Jetstereo en el área de mercadeo que incremente y mejore el posicionamiento y percepción de la marca.

1.1.2 Objetivos Específicos

1.1.2.1 Asistir en las actividades y pendientes del área de mercadeo digital implementando conocimientos teóricos, conceptos creativos, y análisis de datos del mes de enero a marzo 2020.

1.1.2.2 Planificar, crear y publicar contenido para las redes sociales de Jetstereo utilizando la creatividad, la innovación, y el análisis; generando contenido de interés para los *leads* de Jetstereo del mes de enero a marzo 2020.

1.1.2.3 Generar reportes útiles para la toma de decisiones en el área de mercadeo digital de Jetstereo del mes de enero a marzo 2020.

1.2 Datos Generales de Jetstereo

1.2.1. Reseña Histórica

Jetstereo fue constituida como empresa en 1967, como parte del Grupo Osmond J. Maduro e Hijos. Abrió sus puertas por primera vez en un local del Barrio La Plazuela. Poco a poco Jetstereo fue creciendo y fue incrementando su cuota de mercado. En agosto de 1973 Jetstereo abrió tienda en San Pedro Sula. Más tarde en el año, 1987 el grupo corporativo cambió su nombre a Inversiones La Paz S.A. Luego, en julio de 1996, inició operaciones en La Ceiba y en el mes de febrero de 1997 en Choluteca.

Actualmente Jetstereo es líder de empresas especializadas en la venta de productos electrónicos a nivel nacional. Jetstereo ofrece la compra de productos electrónicos innovadores y originales de marcas exclusivas.

La empresa cuenta con 18 tiendas a nivel nacional en las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, Choluteca, Choloma, El Progreso, Comayagua y Santa Rosa de Copan.

¹ Jetstereo. (2018). Obtenido de <https://jetstereo07.wordpress.com/historia/>

1.2.2. Propósito

Jetstereo tiene como compromiso brindar asesoría de expertos en la materia y el mejor respaldo técnico. Con la finalidad de hacer la compra de los clientes en electrónica y alta tecnología una experiencia inolvidable.

1.2.3. Misión

Continuamente satisfacer al consumidor hondureño superando sus expectativas durante el proceso de adquisición de tecnología para el hogar y la oficina, garantizando la mejor selección de artículos de alta calidad en un ambiente moderno con un servicio amigable, especializado, personalizado y rápido, a precios competitivos y crédito accesible, buscando siempre una rentabilidad adecuada para la empresa.

1.2.4. Visión

Ser la empresa líder en el mercado por ofrecer a los clientes el más alto valor en su compra de tecnología para el hogar y la oficina, agregando a la calidad de los artículos un servicio excepcional, reflejo de la cultura empresarial basada en principios de innovación, superación y ética, buscando siempre la plena satisfacción de los clientes, un ambiente enriquecedor y seguro para empleados y la rentabilidad adecuada para accionistas.

1.2.5 Valores

1.2.5.1. Integridad personal y profesional

1.2.5.2. Transparencia al actuar, el respeto a las leyes y el cumplimiento de las promesas.

1.2.5.3. Actitud de servicio positiva y diligente.

1.2.5.4. El respeto al prójimo, a la comunidad y al país.

1.2.5.5. Excelencia en la realización de las actividades, buscando exceder expectativas de los clientes.

1.2.5.6. Innovación, generar y aplicar continuamente ideas nuevas.

1.2.6 Tipo de estructura, Mercadeo

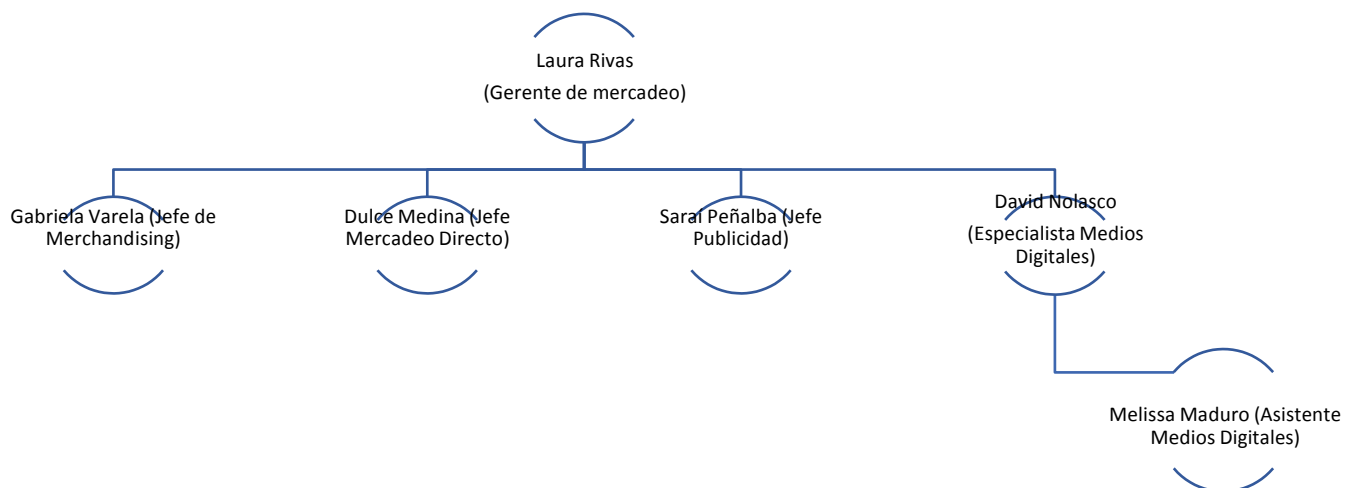


Grafico 1 Estructura

Fuente: Elaboración Propia

1.2.7 Productos y Servicios ²

1.2.7.1 Productos

Tabla 1. Productos Jetstereo

Productos:	Tipo:	Marcas:
Celulares	Smartphones	Samsung, Huawei, Motorola, LG, Apple
Computadoras	Laptops, Computadoras de escritorio, Laptop convertibles.	HP, DELL, Lenovo, Apple
Tablets		Samsung, Huawei, Apple
Televisores	LED, OLED, QLED	Samsung, LG, Sony, Hisense, RCA
Video Juegos	Consolas, accesorios, y juegos.	Nintendo, Sony, Sennheiser,
Cámaras	Fotográficas, GoPro	Sony, Generico, Dji, Fujifilm, GoPro
Audio	Parlantes portátiles, equipos de sonido, teatros en casa, equipo para auto, radios.	JBL, Bose, Sony, Apple, Google, Huawei, LG,
Accesorios	Impresoras, Accesorios para teléfonos, tablets, computadoras, tv y video, y cámaras.	HP, EPSON, Apple, Samsung, Kingston, Belkin, Sandisk, etc.
Gadgets		

Tabla 1 Productos Jetstereo

Fuente: Elaboración Propia

1.2.7.2 Servicios

Tabla 2. Servicios Jetstereo

Servicio	Descripción
Servicio de Instalación	Expertos ayudan a instalar y configurar los productos comprados por el cliente.
Extra Garantía Jetstereo	Planes de servicios de protección con coberturas exclusivas.
Servicio de Reparación	Servicio de reparación para los productos comprados en Jetstereo.

Tabla 2 Servicios Jetstereo

Fuente: Elaboración Propia

² Obtenido de Jetstereo.com

Capítulo II – Actividades realizadas en la institución

2.1 Crear contenido para redes sociales

2.1.1 Introducción

Crear contenido es el proceso de generar contenido escrito, auditivo o visual. Cuando una marca crea contenido para su *buyer persona* debe tomar en cuenta los intereses de este para llamar su atención.

Crear contenido para una marca es algo sumamente importante. Al crear contenido se le proporciona información útil a la audiencia. Esto es algo que atrae a clientes potenciales y retiene a los clientes existentes por medio de *engagement* de alta calidad.

2.1.2 Definición de la Actividad

2.1.2.1 Twitter

Twitter requiere de planificación estratégica para poder llamar la atención de la audiencia, en Twitter, Jetstereo cuenta con una audiencia de 25,500 seguidores. En una plantilla diseñada para el contenido de Twitter se redacta semanalmente una serie de tweets (aproximadamente 50 tweets semanales). La plantilla para cada tweet incluye:

2.1.2.1.1. El día y la hora de publicación.

2.1.2.1.2. El tweet escrito.

2.1.2.1.3. Links en formato UTM a la pagina web de Jetstereo.

2.1.2.1.4. Imágenes o video.

Los temas de los tweets para Jetstereo son los siguientes:

2.1.2.1.5. Información de Jetstereo.

2.1.2.1.6. Noticias de tecnología.

2.1.2.1.7. Productos y promociones de Jetstereo.

2.1.2.1.8. Eventos de tecnología.

2.1.2.2. Instagram

Instagram es una red social y aplicación móvil, permite a sus usuarios subir imágenes y videos para ser compartidas en la plataforma. Actualmente esta red es de las que tiene más crecimiento en el mundo. Una de las funciones de Instagram son las historias, que permiten a los usuarios la posibilidad de subir fotos o videos que desaparecen después de 24 horas.

Jetstereo cuenta con 33,400 seguidores (clientes potenciales) en Instagram. El concepto detrás de la cuenta de Instagram de Jetstereo esta basando es publicaciones estilo *lifestyle* o estilo de vida. La creación de contenido para Instagram consiste en:

2.1.2.2.1. Seleccionar un tema (Premios Oscar, Super Bowl, Día del Padre etc.).

2.1.2.2.1. Planificar el texto, imágenes, video, dinámicas, y fechas que se va a publicar el contenido.

2.1.2.2.1. Publicar el contenido.

2.1.3 Comentario Personal

Planificar y organizar es necesario para poder brindar contenido de calidad a la audiencia. En el caso de Twitter es una plataforma muy útil para conocer e interactuar con los seguidores de cualquier marca. Se debe de siempre tomar en cuenta que los seguidores son clientes o clientes potenciales de la marca, por lo tanto, se debe compartir contenido que les aporte valor y contenido que incentive las ventas.

2.2. Programar publicidad pagada en redes sociales

2.2.1. Introducción

La publicidad en redes sociales es vital, especialmente si la marca está buscando llegar rápidamente a clientes potenciales y existentes para incrementar sus ventas. Los anuncios en redes sociales están diseñados para lograr diferentes tipos de objetivos. Los objetivos pueden ser: incrementar el conocimiento de la marca, enviar tráfico al sitio web o a la tienda física, incrementar el *engagement* (la interacción) con los seguidores, etc.

2.2.2. Definición de la Actividad

Jetstereo constantemente paga publicidad en redes sociales. La publicidad es pagada por Jetstereo dentro de su presupuesto de mercadeo digital o las marcas (que sus productos son vendidos en Jetstereo) invierten para impulsar productos específicos a través de las cuentas digitales de Jetstereo.

2.2.2.3. Facebook Ads

El proceso para activar publicidad pagada se debe hacer en orden.

2.2.2.3.1. Seleccionar el formato

2.2.2.3.2. Subir las imágenes o videos

2.2.2.3.3. Redactar el *caption*

2.2.2.3.4. Seleccionar la acción deseada

2.2.2.3.4. Activar Facebook pixel

2.2.3. Comentario Personal

A la hora de implementar publicidad pagada en redes sociales es importante tener comunicación con las partes interesadas. Se debe interactuar con los clientes para entender sus necesidades y deseos, como también, siempre comunicarse con el equipo de ventas, ya que ellos saben que productos necesitan ser impulsados.

2.3 Elaborar Reportes Redes Sociales

2.3.1. Introducción

Elaborar reportes de los resultados en redes sociales es de mucha importancia ya que reflejan los resultados de los esfuerzos implementados. Estos conocimientos permiten mejorar muchas cosas, por ejemplo, incrementar el número de seguidores que también son clientes potenciales y para lograr esto se deben diseñar estrategias respaldadas con datos.

2.3.2. Definición de Actividad

2.3.2.1. Reporte de redes sociales

El reporte principal de redes sociales se elabora semanalmente y mensualmente.

El reporte incluye las principales redes sociales de Jetstereo que son Facebook, Instagram y Twitter. Para cada red social se seleccionan las 6 mejores publicaciones de la semana y las 6 peores. Las métricas para determinar esto son el alcance y las interacciones de cada publicación. Las 12 publicaciones para cada red social, van dentro del reporte e incluyen *kpi's* específicos.

2.3.3. Comentario Personal

Elaborar reportes es de las tareas más importantes en la parte de mercadeo digital. Los reportes demuestran si las estrategias diseñadas e implementadas en redes sociales están siendo efectivas. Los reportes reflejan la aceptación que tiene el contenido y el impacto que puede tener en las ventas.

2.4 Elaborar reportes generales

2.4.1. Introducción

Elaborar reportes permite tener mayor claridad sobre temas específicos. Los reportes promueven la comunicación interna dentro de una empresa y facilita la toma de decisiones. El propósito de un reporte es documentar los resultados de una actividad.

2.4.2. Definición de Actividad

2.4.2.1. Reporte Laptop Masters

Se elaboró un reporte sobre los resultados de la campaña Laptop Masters. La campaña Laptop Masters tiene el objetivo de promover la venta de las laptops en Jetstereo, por medio de sus tiendas físicas y la tienda en línea. El reporte se realizó en formato de cuadro comparativo e incluye lo siguiente:

2.3.2.1.1. Formato de la campaña

2.3.2.1.1. Alcance: total y segmentado por genero y edades.

2.3.2.1.1. Landing: total y segmentado por genero y edades.

2.4.2.2. Reporte funcionamiento blog Jetstereo

El blog de Jetstereo fue trasladado dentro de la página web de la tienda en línea de Jetstereo. Fue necesario realizar un reporte sobre el funcionamiento del blog de Jetstereo al hacer el traslado. Se verificaron las siguientes cosas:

2.4.2.2.1. La accesibilidad del sitio web, *cross-browser checks*.

2.4.2.2.2. Al hacer clic en un link, lleve al lector a la página correcta.

2.4.2.2.3. Los artículos están presentes en el blog

2.4.2.2.4. Tiempo de carga de la página web

2.4.2.2.5. Diseño web es adaptable

2.4.2.1. Reporte COOP

Se contribuyó elaborando reportes para marcas como Samsung, donde se detalla, con evidencia, que el presupuesto otorgado por la marca para publicidad pagada fue utilizado de la manera adecuada.

2.4.3. Comentario Personal

Los reportes se deben de compartir internamente (a las partes interesada) así incrementa el nivel de comunicación en la empresa.

2.5 Cubrir el lanzamiento del teléfono Huawei NOVA 5T

2.5.1. Introducción

Cubrir eventos en redes sociales es algo que genera interacción con la audiencia y también contribuye a que una marca se convierta en referente en el rubro en que se

desea vender. En el caso de Jetstereo asistir y cubrir eventos de tecnología demuestra que es una marca que esta actualizada y que es un referente en el rubro de tecnología.³

Los seguidores de Jetstereo disfrutaban este tipo de contenido por que no todos pueden asistir a cierto evento, entonces, hacer una cobertura en vivo facilita a las personas recibir la información virtualmente.

2.5.2. Definición de Actividad

Para el lanzamiento de el teléfono NOVA 5T, Huawei realizó un evento donde invitó a reporteros, influencers y equipos de mercadeo y ventas en el rubro de tecnología.

Para este evento se tomaron fotos de la actividad y la tecnología de Huawei, se publicaron en el momento en las plataformas digitales de Jetstereo, y se realizaron entrevistas a los asesores expertos de Huawei.

2.5.3. Comentario Personal

Compartir eventos en redes sociales es una excelente forma de interactuar con la audiencia. Es importante despertar el interés de la audiencia antes del evento, así están pendientes de la cuenta. Publicar fotos y videos en tiempo real es algo complejo ya que se tiene que planificar adecuadamente.

³ Para evidencia del 2.5 ver ilustración 2

2.6 Diseñar campañas publicitarias para medios digitales

2.6.1. Introducción

Una campaña publicitaria es el conjunto de estrategias con el objetivo de dar a conocer un producto, utilizando anuncios que aparecen en medios de comunicación. Las campañas son diseñadas de una manera estratégica para impactar a un segmento de personas.

2.6.2. Definición de Actividad

2.6.2.1 14 febrero (Día del amor y la amistad)

El 14 de febrero se celebra el Día del Amor y la Amistad. En Jetstereo se desarrollo la campaña “Me Quiero”, enfocada en el amor personal y los productos de tecnología que pueden mejorar la vida. La campaña tenia tres etapas “me quiero fit”, “me quiero saludable” y “me quiero profesional”. Para el 14 de febrero también se realizó un sorteo, en redes sociales. El sorteo tenia el nombre de “Mi Pareja de Maratones”, donde los seguidores tenían que etiquetar a su pareja de maratones de películas para ganarse un SmartTV RCA. Las tareas para realizar la campaña de “Me Quiero” fueron las siguientes:

2.6.2.1.1. Análisis de los productos que se van a ofrecer

2.6.2.1.2. Definición del target

2.6.2.1.3. Objetivos

2.6.2.1.4. Diseño de la estrategia de comunicación

2.6.2.2 Mini campaña Apple

Apple es una compañía multinacional de tecnología, Apple vende iPhone, Apple Watch, iPad, Computadoras Mac y más. Actualmente Jetstereo

es el único distribuidor autorizado en Honduras, por lo tanto, se decidió diseñar una campaña donde se da a conocer su exclusividad. Las tareas para realizar la mini campaña de Apple fueron los siguientes:

2.6.2.2.1. Análisis de los productos que se van a ofrecer

2.6.2.2.2. Definición del target

2.6.2.2.3. Objetivos

2.6.2.2.4. Diseño de la estrategia de comunicación

2.6.2.3 Mini campaña de refuerzo Laptop Masters

Laptop Masters es una campaña publicitaria de Jetstereo donde se promueve la venta de las laptops y los asesores expertos en tienda. Una de las características principales de esta campaña es que se diseñó un quiz para que las personas puedan encontrar su laptop ideal. Para reforzar Laptop Masters se diseñaron historias de Instagram para incrementar la interacción y el conocimiento. Las tareas para realizar la mini campaña de refuerzo Laptop Masters fueron los siguientes:

2.6.2.3.1. Diseñar el contenido de las historias de Instagram

2.6.2.3.2. Solicitar la creación de las imágenes a diseño grafico

2.6.2.3.3. Publicar las historias de acuerdo a la calendarización.

2.6.2.3.4. Medir los resultados.

2.6.2.4 Mini campaña televisores OLED y QLED

Los televisores inteligentes OLED y QLED son los más avanzados en tecnología. La tecnología de estos televisores es compleja para usuarios que no están familiarizados con el tema. La campaña tenía el objetivo de dar a conocer los productos y también el objetivo de educar a los clientes sobre esta tecnología.

2.6.2.4.1. Investigar sobre la tecnología OLED y QLED.

2.6.2.4.2. Definir los objetivos de la campaña.

2.6.2.4.3. Diseñar el contenido de la campaña.

2.6.2.5 Mini campaña COVID-19

Jetstereo como una empresa socialmente responsable tiene el deber de apoyar en lo que pueda a la sociedad. La pandemia COVID-19 es una situación muy seria por lo tanto se diseñó una mini campaña relacionada con el tema. El contenido de la campaña se basó en el área de salud como protegerse y evitar el contagio.

2.6.2.5.1. Investigar sobre el tema.

2.6.2.5.2. Diseñar el contenido de las publicaciones.

2.6.2.5.3. Publicar las imágenes/videos de acuerdo a la calendarización.

2.6.3. Comentario Personal

Es importante tomar en cuenta lo que esta sucediendo y los objetivos que tiene la empresa, al definir los objetivos se debe contar con métricas. Diseñar el mensaje puede ser complejo, pero siempre debe estar alineado con los objetivos planteados y el tono de la marca.

2.7 Escribir artículos para el blog de Jetstereo

2.7.1. Introducción

Un blog es un sitio web con un formato de bitácora, el blog se suele actualizar de manera frecuente. Una empresa se beneficia teniendo un blog ya que mantiene a su audiencia al día, incrementa el tráfico a la página web, incrementa la base de datos de correo electrónico y permite enseñar y explicar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.

Jetstereo cuenta con un blog en línea, el propósito del blog es incrementar la visibilidad de la marca por medio de SEO y SEM. El blog esta enfocado en compartir artículos donde se comparte en detalle sobre los productos de tecnología que se ofrecen en Jetstereo.

2.7.2. Definición de Actividad

2.7.2.1 Artículo OLED y QLED

Los televisores inteligentes OLED y QLED son los más avanzados en tecnología, por lo que era necesario redactar un documento detallado para que los clientes puedan entender cada tipo tecnología. El primer paso fue investigar sobre cada tipo de tecnología; luego se hizo un borrador sobre el artículo y finalmente se presentó el artículo redactado.

2.7.2.2 Artículo Samsung S20

Samsung inició la década con su nuevo Smartphone S20. Para redactar el artículo fue necesario analizar el evento oficial del lanzamiento y hacer una investigación sobre el teléfono. Se redactó un artículo que incluye información sobre el teléfono como su diseño, la batería, las cámaras, y especificaciones generales.

2.7.2.3 Artículo smart watches para Día del Padre

Seleccionar un regalo para el Día del Padre puede ser una tarea difícil, por lo tanto, se vio la oportunidad de redactar un artículo donde se sugieren relojes inteligentes para cada tipo de papá.

2.5.2.2.1. Seleccionar el rango de relojes inteligentes

2.5.2.2.2. Redactar el artículo

2.5.2.2.3. Publicar el artículo vía WordPress.org

2.7.3. Comentario Personal

Los blogs son una excelente forma de incrementar la exposición de una marca que conlleva a muchos beneficios para las empresas, especialmente si venden productos en línea por medio de su página web o productos multifuncionales. Escribir artículos debe llamar la atención de la audiencia y por lo general deben de ser amigables, siempre ajustándose al tono de voz de la marca.

2.8 Crear Estrategias de mercadeo

2.8.1. Introducción

Las estrategias de mercadeo consisten en las acciones que son implementadas para lograr un determinado objetivo relacionado con mercadeo. Los objetivos pueden ser incentivar las ventas, dar a conocer productos y/o servicios, mejorar la percepción de la marca, etc.

2.8.2. Definición de Actividad

2.8.2.1. Estrategia redes sociales en centros comerciales

Los centros comerciales tienen cuentas en redes sociales. Jetstereo hasta el momento no había aprovechado las plataformas digitales de los centros comerciales donde tienen tiendas físicas, y su competencia si lo estaba haciendo. Se diseñó una estrategia donde se define la forma en que Jetstereo puede aprovechar las plataformas digitales disponibles de los centros comerciales. Para formular la estrategia se siguieron los siguientes pasos:

2.6.2.1.1. Establecer metas de lo que se desea lograr.

2.6.2.1.1. Definir el marketing de contenidos.

2.6.2.1.1. Definir la publicidad.

2.8.2.2. Estrategia Pinterest Jetstereo

Pinterest es una red social, en la plataforma se pueden buscar y guardar imágenes, GIFs, o videos. Pinterest incrementa el posicionamiento de las páginas web. Incrementar el tráfico y mejorar el posicionamiento de la página web son dos objetivos que tiene Jetstereo, por lo tanto, fue necesario crear una estrategia para Pinterest.

2.8.2.2.1. Establecer las metas de lo que se desea lograr.

2.8.2.2.2. Definir el tipo de contenido que se va a publicar en Pinterest.

2.8.3. Comentario Personal

Las estrategias de marketing son el diseño de un plan formulado a seguir para lograr objetivos concretos. Implementar estrategias de mercadeo permite que la empresa tenga crecimiento eficiente.

2.9 Investigar Competencia, Benchmarking

2.9.1. Introducción

Benchmarking es la investigación que se realiza tomando como referencia los productos, servicios, o procesos de otras empresas relevantes. Esto se hace con la finalidad de comparar con la empresa propia y analizar mejoras que se pueden implementar.

2.9.2. Definición de Actividad

Se recopilaron datos fundamentales sobre las redes sociales de la competencia de Jetstereo. Luego los datos se analizan y se comparan. Los datos principales son: lo que la competencia esta comunicando, la publicidad activa que tienen y la respuesta de su audiencia.

2.9.3. Comentario Personal

El propósito de *benchmarking* es tener mayor conocimiento del mercado y analizar oportunidades de mejora; no se trata de copiar, si no de aprender e implementar estrategias para mejorar la experiencia que ofrece la marca.

2.10 Asistir en producción audiovisual

2.10.1. Introducción

La producción de contenido audiovisual se distribuye por distintos medios de comunicación. Las etapas para crear este tipo de contenido son: pre producción, producción y post producción. Para lograr concretar el material es indispensable tener inversión de capital, planificación y un equipo de expertos en el tema.

2.10.2. Definición de Actividad

Se asistió en la producción audiovisual de dos proyectos. El primero fue el video para el Día de la Mujer y el segundo fue un Facebook Live estilo “*un-boxing*” del nuevo teléfono Samsung S20. Dentro de las funciones de la actividad fueron colaborar con pre producción, organizar el equipo, y apoyar con cualquier tarea necesaria durante la producción.

2.10.3. Comentario Personal

La meta de muchos en cuanto a contenido es lograr viralizar la imagen o el video que se compartió. La cantidad de contenido que se comparte actualmente es muy alta, por lo tanto, para lograr una respuesta positiva de parte de la audiencia, el contenido tiene que ser de alta calidad.

2.11 Crear manual Key Selling Points

2.11.1. Introducción

Los Key Selling Points o KSP's son los beneficios o características principales de un producto o servicio, por ejemplo: el KSP de un parlante significa que tiene resistencia al agua y tiene luces LED de colores.

Jetstereo cuando promueve un producto por lo general incluye KSP dentro de la imagen o video que comparte.

2.11.2. Definición de Actividad

Se creó un manual de Key Selling Points para varios productos con la finalidad de que el equipo de diseño gráfico tenga toda la información para crear diseños de productos.

El manual se diseñó por categoría de producto y se incluyeron los key selling points (características principales) de los productos.

2.11.3. Comentario Personal

Contar con un manual de información útil facilita el proceso de crear contenido. Es necesario actualizar el manual ya que ingresan productos nuevos regularmente.

CAPITULO III-ACTIVIDADES DE MEJORA

3.1 Actividades de Mejora

En Jetstereo siempre se busca la mejora continua y la innovación, no solo en sus productos, sino que en todas las áreas que conforman la empresa. En el departamento de mercadeo constantemente se busca desarrollar proyectos nuevos, incorporar nuevas herramientas, e implementar actividades para mejorar la marca. Dentro de las actividades de mejora realizadas durante la práctica profesional están las siguientes:

3.1.1. Cuadro comparativo en reporte mensual de mercadeo digital

Cada mes se realiza un reporte mensual de mercadeo digital para evaluar los resultados del mes. El reporte mensual refleja las estrategias que tienen resultados positivos y las estrategias que tienen resultados no deseados. Se desarrolló una tabla comparativa mensual donde se puede visualizar los KPI's del mes actual con los anteriores.

3.1.2. Actividad en Twitter

Se definió la estrategia que se iba a utilizar en la red social Twitter. Al implementar la estrategia se publicaban alrededor de 200 tweets al mes, el impacto que tuvo fue el siguiente:

3.1.2.1. Las impresiones subieron en un 99%, 191,000 al mes.

3.1.2.1. Las visitas al perfil incrementaron en 40%, 1,400 al mes.

3.1.2.1. Los seguidores incrementaron en un 20%.

3.1.2.1. Se dirigían 200 personas a la página web al mes.

3.1.2.1. Se incremento la interacción en 900%

3.1.3. Diseñar estrategias Pinterest

Se diseñó una estrategia nueva para la red social Pinterest, esta estrategia mejorará el posicionamiento SEO de Jetstereo e incrementará la comunicación de la marca con sus clientes.

3.1.4. Diseñar campañas

Se diseñaron varias campañas publicitarias de diferentes escalas para Jetstereo. Las estrategias de marketing y comunicación que se implementaron incrementaron la visibilidad, confianza, y posicionamiento de la marca Jetstereo.

3.1.5. Generar Reportes

Se generaron varios reportes para Jetstereo. Los reportes fueron de redes sociales, benchmarking, productos y más. Los reportes incrementaron la comunicación y la productividad dentro de la empresa.

3.2 Situación Actual

Jetstereo tiene seis pilares: innovación, asesores expertos, precios justos, confianza, crédito fácil y respaldo garantizado. Estos pilares representan Jetstereo Incluido, esto es el concepto de todo lo que incluye realizar una compra en Jetstereo. Una meta específica de Jetstereo es posicionarse como líderes en el mercado de tecnología y ser la marca número uno como referente de innovación.

Jetstereo cada 3 – 6 meses solicita una investigación de mercados. Dentro de la investigación se incluye: investigación de posicionamiento y percepción de la marca.

En la última investigación realizada en diciembre 2019 se notaron las siguientes condiciones:

Estudio de posicionamiento de mercado

Pilar	Lugar	% en relación a la competencia
Asesores expertos	1	11% +
Innovación	1	11% +
Respaldo garantizado	1	10% +
Precios justos	1	10% +
Crédito fácil	2	-
TOM Electrónica	1	21% +
TOM Celulares	1	23% +
TOM TV	1	19% +
TOM Laptops	1	49% +
TOM Línea blanca	5	-

Tabla 3 Estudio de posicionamiento de mercado Jetstereo

Fuente: Elaboración Propia

Resumen:

- En innovación actualmente Jetstereo tiene el puesto numero 1 en top of mind.
- En asesoría de expertos de tecnología actualmente Jetstereo tiene puesto numero 1 en *top of mind*.
- Jetstereo tiene primer lugar en top of mind en venta de celulares, laptops, y televisores.
- En percepción de precios justos Jetstereo ha mejorado, en comparación con otros años.
- En amabilidad ha mejorado , en comparación con otros años.
- Jetstereo esta tratando de mejorar su posicionamiento en la mente de los consumidores.

- Una barrera de Jetstereo es que actualmente se percibe como una marca fría.
- La diferencia en porcentaje que determina el lugar de Jetstereo en relación a la competencia es una brecha corta.

La investigación de mercado muestra a Jetstereo en una buena posición en relación a la competencia, sin embargo, hay oportunidades de mejora. En cuanto a productos de tecnología e innovación siempre se debe reforzar el posicionamiento ya que la competencia es fuerte y sus estrategias de mercadeo también. Jetstereo debe implementar estrategias de mercadeo nuevas e innovadoras para siempre estar a la vanguardia.

3.3 Propuesta de Mejora

El marketing de eventos es cuando una marca, servicio o producto implementa estrategias de mercadeo a través de eventos promocionales. El marketing de eventos entra dentro de marketing experimental y marketing de contenidos ya que se esperan altas tasas de interacción con la audiencia.

El marketing de eventos tiene un enfoque en las emociones de las personas. Estas emociones hacen que las personas recuerden lo que están experimentando. Cuando el cerebro de una persona recibe estímulo emocional esto afecta directamente la percepción que se tiene de una marca. Al realizar un evento es más probable que la marca, en este caso Jetstereo, permanezca en la mente de la audiencia y por eso se le propone a Jetstereo, el desarrollo anual de un **evento de tecnología e innovación**.

3.3.1 Desarrollo del Evento

3.3.1.1 Idea de Jetstereo Tech Talks

Jetstereo está constantemente trabajando para mejorar su posicionamiento como marca en la mente de los consumidores de productos de tecnología.

La idea es: Jetstereo anualmente haga un evento de tecnología e innovación dirigido a B2C (Jetstereo a sus clientes). El evento es parte conferencias y parte *trade show*. Las conferencias del evento tienen el enfoque de entretener y educar a la audiencia. El *trade show* le va a dar la oportunidad a las marcas que se distribuyen en Jetstereo (ejemplo: Huawei, LG, Apple, Samsung, etc.) de exhibir y vender sus productos. La parte de *trade show* se va a ligar con Solvenza para que los clientes potenciales que asistan al evento, puedan solicitar su crédito para comprar artículos de tecnología en Jetstereo de forma inmediata.

El día que se haga el evento se deben tener promociones llamativas para los clientes, convertir ese día en uno de los mejores días para comprar en Jetstereo. El evento debe incrementar el conocimiento de la marca, incrementar el posicionamiento de la marca, mejorar la percepción de la marca e incentivar las ventas.

3.3.1.2 Planificación del evento

3.3.1.2.1 Definición de los objetivos

3.3.1.2.1.1 Objetivo General

Organizar un evento de tecnología e innovación en octubre 2020 implementando estrategias que incrementen el conocimiento de la marca, el posicionamiento de la marca, mejoren la percepción de la marca e incentiven las ventas.

3.3.1.2.1.2 Objetivos Específicos

Incrementar el conocimiento de la marca Jetstereo en un 15%.

Incrementar el posicionamiento de la marca Jetstereo como líderes en el mercado e innovación en un 15%.

Incrementar la percepción que Jetstereo es una marca amigable en un 20%.

3.3.1.2.2 Gestión de locales, logística y restauración.

Locales: Hotel Intercontinental, Hotel Honduras Maya, o Hotel Marriot.

Mobiliario: El mobiliario se solicita con el hotel (sillas y mesas) y el mobiliario para el escenario y *trade show* se sub-contrata. UNICUS es una empresa que puede proveer lo necesario por su experiencia en el mercado.

Logística: Se debe coordinar el transporte y la seguridad de los que participen en el evento.

Restauración: Comida del Hotel o Catering (Cruzadi), para los invitados al evento que deseen comprar en la hora de almuerzo.

3.3.1.2.3 Ponentes y presentadores

Los presentadores se deben identificar, confirmar y planear la logística y gestión. Sugerencias de presentadores potenciales:

Andrea Corrales: director Huawei Costa Rica

Rubén Caballero: vicepresidente de investigación y desarrollo tecnología inalámbrica de Apple.

Antonio Molins: director de innovación de producto de Netflix

3.3.1.2.4 Actividades y entretenimiento.

3.3.1.2.2. Conferencias: el entretenimiento principal son las conferencias que se van a dar ese día.

3.3.1.2.2.2. Trade Show: el trade show va a permitir que las personas prueben los productos de cada marca.

3.3.1.2.5 Itinerario

Posible Itinerario para evento Jetstereo Tech Talks. En este itinerario se presentan seis conferencias de aproximadamente 30 minutos. En medio de las conferencias hay recesos donde las personas pueden comprar comida y disfrutar

del *trade show*. Los que deseen comprar y aprovechar promociones de Jetstereo lo pueden hacer.

Hora	Actividad
8:30 – 9:00 am	Conferencia 1
9:00 – 9:30 am	Conferencia 2
9:30 – 11:00 am	Coffee Break / Trade Show
11:00 – 11:30 am	Conferencia 3
11:30 – 12:00 pm	Conferencia 4
12:00 – 2:00 pm	Lunch Break / Trade Show
2:00 – 2:30 pm	Conferencia 5
2:30 – 3:00 pm	Conferencia 6
3:00 pm en adelante	Trade Show y oportunidad para comprar productos

Tabla 4 Itinerario Jet Tech Talks

Fuente: Elaboración Propia

3.3.1.2.6 Publicidad y promoción

3.3.1.2.6.1. **Redes Sociales:** Es un recurso poderoso para conseguir los resultados deseados. Mostrar anuncios pagados a la audiencia segmentada de acuerdo al evento.

3.3.1.2.6.2. **Influencers:** Seleccionar influencers en el rubro de tecnología para que promuevan el evento Jetstereo Tech Talks.

3.3.1.2.6.3. **ATL:** publicidad del evento vía radio, televisión y periódico.

3.3.1.2.7 Registro de la audiencia

Las personas que van a asistir se deben de registrar en un formulario digital exclusivo para el evento, con el propósito de tener control y generar una base de datos que servirá en el futuro.

3.3.1.2.8 Patrocinadores y gestión de socios

Los patrocinadores del evento son las siguientes marcas: Huawei, Samsung, LG, y Motorola. Dependiendo de la cantidad de patrocinadores que se deseen se pueden incluir más marcas.

3.4 Inversión en propuesta de mejora

A continuación, se muestra un estimado de la inversión para el evento Jet Tech Talks:

Reservación sala	L 50,000
Inversión en publicidad	L. 250,000
Video	L. 39,000
Audio	L. 16,000
Luces	L.10,600
Tarima	L. 12,500
Ponentes	L. 24,500 CU
Mesas cocteleras y salas lounge para 120 personas	L. 56,400
Stands para las marcas	L.10,000 CU
Total, aproximado	L. 700,000

Tabla 5 Inversión en propuesta de mejora

Fuente: Elaboración Propia

Esto es la inversión aproximada para el evento **Jet Tech Talks**. Se solicito una cotización a la empresa UNICUS. Este presupuesto NO incluye las aportaciones de los patrocinadores, que disminuyen el costo del evento. ⁴

⁴ UNICUS. (2020). Obtenido de <https://unicus.hn>

3.5 Impacto de la propuesta de mejora

3.5.1. Obtener reconocimiento en noticias y exposición de la marca.

Un evento con las técnicas de mercadeo adecuadas va a captar la atención tanto de los medios de comunicación como de las personas.

3.5.2. Incrementar el tráfico de personas a tiendas Jetstereo

Al tener más presencia las personas se van a dirigir a Jetstereo para comprar productos de tecnología y aprovechar las promociones de esos días.

3.5.3. Llegar al publico objetivo con mayor facilidad

Un evento centrado en la tecnología y las últimas tendencias de ese rubro va a atraer personas interesadas en esos temas. Esto es un nicho de mercado ideal para Jetstereo. Tener el *trade show* va a permitir que las personas puedan probar los productos que se ofrecen en Jetstereo y llevárselos en el momento.

3.5.4. Interactuar con clientes y clientes potenciales

Al hacer un evento, se tiene la oportunidad de conocer e interactuar con clientes y clientes potenciales de la empresa de una forma más directa y amigable. Esto crea una impresión memorable y establece una relación fomentando la lealtad a la marca.

3.5.5. Conseguir contactos valiosos

Se hacen contactos valiosos al realizar un evento tanto de proveedores como de clientes.

3.5.6. Incrementar bases de datos

Jetstereo va a incrementar sus bases de datos al hacer Jet Tech Talks. En redes sociales se solicitará como requisito para asistir al evento deben seguir las cuentas de Jetstereo. En la página web, se solicita ingresar su correo electrónico para recibir un descuento. A los que asistan al evento se les solicitará llenar un formulario digital con sus datos personales.

3.5.7. Beneficios redes sociales

Aprovechar las redes sociales antes, durante y después del evento va a llamar la atención de muchos y mantendrá a la audiencia informada. Incrementar las bases de datos de las redes sociales hará que más usuarios estén en contacto con el contenido de Jetstereo.

3.5.8. Mejorar la percepción de la marca

Jetstereo mejorará la percepción de la marca ante el público. Un evento memorable es una excelente forma de recibir comentarios positivos de la marca. Las personas compartirán la experiencia positiva del evento.

CAPITULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

4.1.1. El objetivo general de apoyar en las actividades diarias de mercadeo, aplicando conocimientos y habilidades adquiridas en la formación de pregrado y formular una propuesta de mejora para Jetstereo en el área de mercadeo digital que incremente y mejore el posicionamiento y percepción de la marca, fue cumplido.

4.1.2. Un area de mejora es el posicionamiento y la percepción de la marca Jetstereo, esto se puede lograr por medio de la propuesta de mejora (marketing eventos) planteada en el documento.

4.1.2. La propuesta de mejora presentada fue realizada con el fin de mejorar a Jetstereo por medio de un incremento en su posicionamiento y mejora de percepción de marca, y a la vez agregándole valor a la marca.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Empresa:

4.2.1.1. Se le recomienda a Jetstereo contar con material de bienvenida para nuevos integrantes a la empresa. El material debe incluir información general de la empresa, las metas generales que tienen, beneficios de trabajar en la empresa etc. Esto con la finalidad de que el empleado tenga toda la información necesaria sobre la empresa.

4.2.1.1. Se le recomienda al equipo de mercadeo digital tener una reunión semanal. El propósito de la reunión semanal exclusiva del equipo de mercadeo digital es orientar al equipo, tener una mejor

comunicación y definir con claridad los esfuerzos de la semana, así todos están en la misma página.

4.2.2 Recomendaciones UNITEC

Mientras se realiza la práctica profesional, el estudiante requiere conocer con claridad el alcance la practica profesional. Se le recomienda a UNITEC ofrecerles toda la información a los estudiantes por medio de una reunión (o puede ser un video virtual), un calendario y una infografía. Los estudiantes necesitan tener acceso a lo siguiente:

4.2.2.1. Fechas importantes: Inicio y fin de la práctica profesional, entregas de el informe, fechas de talleres, fechas de terna y de graduación.

4.2.2.2. Actividades: Informe, talleres, etc.

4.2.2.3. Sugerencias para los estudiantes, como por ejemplo llevar una bitácora de todas las actividades que desempeñen en la practica así a la hora de hacer el informe tengan toda la información lista y no se les olvide nada.

4.2.3 Recomendación Estudiantes

4.2.3.1. Se les recomienda a los estudiantes desempeñarse de una manera eficiente en la empresa. Los estudiantes deben de tener la iniciativa de ir mas allá de lo que se les pide, hacer sugerencias de nuevas ideas o propuestas para la empresa.

4.2.3.2. Se les recomienda a los estudiantes llevar una bitácora de todo lo que hacen en la empresa, deben de anotar sus tareas con detalle. A la

hora de hacer el informe de práctica profesional se les facilitara tener toda la información.

4.2.3.3. Se les recomienda, a los estudiantes desde el primer día identificar propuestas de mejora, y planteárselas con tiempo a la empresa.

Bibliografía

jetstereo07, por, and jetstereo07. "JETSTEREO." *JETSTEREO*,
jetstereo07.wordpress.com/. 2 Febrero 2020

"Jetstereo." *Jetstereo*, www.jetstereo.com/. 2 febrero 2020

Innovate, Grupo. "UNICUS." *Unicus*, unicus.hn/. 16 marzo 2020

"Event Marketing: What Is Event Marketing?" *Event Marketing | What Is Event Marketing?*,
www.marketing-schools.org/types-of-marketing/event-marketing.html. 10 marzo 2020

Rodriguez, Oscar. "12 Pasos Para Organizar Un Evento Que Tenga Éxito."
Agenciasdecomunicacion.org, 30 Mar. 2017,
www.agenciasdecomunicacion.org/buenaspracticas/12-pasos-organizar-evento-tenga-
exito.html. 10 marzo 2020

Anexos

Anexo N°1: 2.1 Crear contenido para redes sociales



Ilustración 1 Crear contenido para redes sociales

Anexo N°2: 2.5 Cubrir el lanzamiento del teléfono Huawei NOVA 5T



Ilustración 2 Cubrir el lanzamiento del teléfono Huawei NOVA 5T

Anexo N°3: 2.10 Asistir en producción audiovisual



Ilustración 3 Asistir en producción audiovisual

Anexo N°4: Capacitación Huawei



Ilustración 4 Capacitación Huawei

Anexo N°5: Equipo Mercadeo Jetstereo



Ilustración 5 Equipo Mercadeo Jetstereo