

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
CHOCOLATS HALBA HONDURAS, S.A. DE C.V.**

SUSTENTADO POR:

JOSSELYN VANESSA HERNANDEZ LOPEZ

21621076

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

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

ENERO, 2021

INDICE

Dedicatoria	V
Agradecimientos	VI
Resumen Ejecutivo	VII
Introducción	IX
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	3
1.2.3. Visión	4
1.2.4. Valores Institucionales	4
1.2.5 Organigrama	4
Capítulo II	5
2.1. Actividades Realizadas	6
2.1.1. Diagnóstico Corporativo: Chocolats Halba Honduras	6
2.1.2. Creación de cuentas en Redes Sociales	7
2.1.3. Cuentas Existentes	8
2.1.3.1 Facebook	8
Capítulo III	9
3.1. Propuesta de Mejoras Implementadas	10
3.1.1. Proceso de creación de nuevas cuentas en Redes Sociales	10
3.1.1.1 Antecedentes	10
3.1.1.2 Descripción de la propuesta	10
3.1.2. Videoclip para testimonios de Sistemas DAF's	12
3.1.2.1 Antecedentes	12
3.1.2.2 Descripción de la propuesta	12
3.1.3 Impacto	13
3.2. Propuesta de Mejora	14
3.2.1. Plan de mejora de comunicación Chocolats Halba Honduras	14
3.2.1.1. Antecedentes	14
3.2.1.2. Descripción de la propuesta	15
3.2.1.1.1 Análisis DAFO	15

3.2.1.2.1. Objetivos	17
- Desarrollar actividades dentro y fuera de la empresa para publicidad.	17
- Crear contenido atractivo para las publicaciones.	17
3.2.1.2.3. Público Objetivo Chocolats Halba	17
3.2.1.2.4. Canales de comunicación	18
3.2.1.2.4.1. Canales de comunicación Online	18
3.2.1.3. Impacto de la propuesta	25
Capítulo IV	27
4.1. Conclusiones	28
4.2.1. Recomendaciones para la empresa	28
4.2.2. Recomendaciones para la institución	29
4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes	29
Glosario	30
Bibliografía	32
Anexos	34

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico en primer lugar a mi padre celestial papa Dios, por haberme regalado la vida, por proveer las bendiciones a mis padres para permitirme una educación profesional decente, doy gracias a mi madre por las incansables veces en las que me apoyo, me llamaba la atención para que hiciera mis tareas desde niña, por inculcarme los principios cristianos y enseñarme la importancia de ser una profesional en la vida, doy gracias a mi padre por el arduo trabajo que realizo desde que yo era una bebe para darme lo mejor, alimentación, vestimenta, estudios, un estilo de vida saludable, agradezco a mis tíos porque en todo momento extendieron su mano de ayuda para mí, a mi abuelo ‘Lacho’ dedico este logro hasta el cielo ya que no pudo verlo en vida, pero sé que desde donde esté está viendo convertirme en una profesional.

Josselyn Hernandez López

Agradecimientos

Agradezco a mi madre por protegerme y estar pendiente de mi seguridad a lo largo de mi vida, agradezco que ella haya dejado a un lado su comodidad por darme lo mejor.

Le doy gracias a mi padre porque nunca me dejó sola, en cada momento estaba para apoyarme, aunque no tuviera el dinero solvente él siempre buscaba la manera de dármelo para solventar mis gastos, me impulsó a mejorar mis conocimientos empíricos como profesionales.

Agradezco a mi hermano por escucharme en mis momentos difíciles, por decirme lo inteligente que era de que era capaz de muchas cosas.

Agradezco a mis abuelas por estar pendientes de mí cada fin de semana que regresaba a mi casa, por tenerme comida caliente y consentirme.

Agradezco a mis catedráticos por abrir mi pensamiento y hacerme ver que la vida no se trata de solo ser un empleado si no de ser la fuente de empleo en mi país.

Resumen Ejecutivo

El principal objetivo de este informe de práctica profesional es describir cada una de las actividades que se realizaron en la empresa Chocolats Halba Honduras S.A.... establecida legalmente. El período de práctica profesional es fundamental para la vida profesional de un estudiante, cuando se enfrentan a la realidad de la vida laboral y deben satisfacer y solucionar los problemas que se presentan en un mercado nacional e internacional ya que en cuanto más grande sea el mercado más grande serán sus necesidades. El período de practica es cuando cada estudiante pone en práctica lo que aprendió durante toda la carrera, cada conocimiento adquirido vendrá a la memoria del estudiante una vez esté realizando sus tareas. El estudiante como tal, se enfrentará a situaciones difíciles en las que tendrá que ingeniárselas y muchas veces regresar al libro e incluso pedir la ayuda del catedrático para poder solucionar problemas, crear ideas y dar solución a las diferentes situaciones. La experiencia y el conocimientos teórico deben ir balanceados para que de esta forma el estudiante realice su labor satisfactoriamente, se espera que el estudiante tenga un buen desempeño en su trabajo y tenga la habilidad de proveer las soluciones que la empresa necesita que le den por medio de la propuesta de mejora que el estudiante le proponga para solucionar la problemática a la que se ven enfrentados.

A la mayoría de las empresas les agrada obtener ideas más frescas e innovadoras, es lo que les gusta de los jóvenes estudiantes.

La práctica profesional fue llevada a cabo en la exportadora de cacao Chocolats Halba Honduras, realizando las tareas de una encargada en el área de comunicaciones, creando contenido para las redes sociales y sitios web, esta empresa se encarga de comprar cacao de calidad y exportarlo a Suiza, fue de Suiza que vino este proyecto de fundar su propia empresa proveedora de cacao, Chocolats Halba Honduras tiene cooperativas socias conformadas por productores cacaoteros, cuando una cooperativa se afilia a CHH automáticamente obtienen diferentes beneficios como ser: Ayuda para certificación de las fincas, financiamiento para infraestructura, charlas técnicas para mejoramiento de calidad en el cacao, Chocolats Halba Honduras tiene grandes oportunidades de crecimiento ya que son pioneros en exportación de cacao, tienen los conocimientos necesarios para mejorar la calidad de cacao y son impulsores a la producción de este cultivo.

Todo esto los vuelve capaces de aumentar la adquisición de cacao, ser órganos vitales en la producción de cacao y de esta manera ser medio para que personas de escasos recursos tengan mejores oportunidades de vida. Exportar cacao no solo a Suiza si no a otros países del mundo amantes del chocolate, Chocolats Halba tiene la capacidad de cosechar su propio cacao y fundar una escuela técnica de cacao. Durante el periodo de practica se pudo notar que la empresa de que hay muchas personas con un alto potencial, se tuvo la oportunidad de conocer directores de proyectos y organizaciones internacionales que apoyan los proyectos de nuevos sistemas en las fincas de cacao, Rikolto y USAID son organizaciones internacionales que pertenecen a Bélgica y Estados Unidos de Norteamérica, se pudo aprender cual es el funcionamiento de las cooperativas y la relación que existe entre ellas y Chocolats Halba. También observar que el cacao que no es exportado a Suiza es difícil comercializarlo, fue de ahí que nació la “Propuesta de mejora de comunicación Chocolats Halba Honduras”, ya antes Luis Velez, gerente general de la empresa, había explicado cual era el problema, así que lo primero que se realizo fue crear nuevas cuentas en las redes sociales para la empresa, una vez abierta comenzaron con el nuevo diseño de contenido para las redes, ellos proveyeron imágenes que ya habían sido tomadas por ellos, además de utilizar esas imágenes, se tomaron nuevas fotografías que se adaptaron a lo que se deseaba publicar, se editaron y se les agregó la infografía, Photoshop y demás para que la imagen se viera atractiva al público.

Los resultados fueron satisfactorios, ya que gracias a las herramientas que brindan las redes sociales se puede medir los insights de cada publicación, es decir el número de views, likes, comments, shares.

La propuesta de mejora no implementada detalla los problemas y las necesidades que tiene la empresa tiene, también muestra a detalle los pasos a seguir para mejorarlas, juntos con cuadros de presupuestos que muestran números reales de inversión, estas cuentas reflejaran si realmente la propuesta es rentable o no para ellos.

Introducción

La práctica profesional tiene como objetivo poner en marcha cada uno de los conocimientos aprendidos durante todo el periodo de estudio en la universidad. En el proceso de la práctica profesional es donde se implementan todos los conocimientos teóricos que se aprendieron, y se pone en acción en cada una de las decisiones que se toman e implementan en cada una de las estrategias que se apliquen de forma concreta en un mejor desarrollo y crecimiento de la empresa ‘’ Chocolats Halba Honduras S.A. DE C.V’’ en la que se esté realizando el proceso de práctica profesional. Esta empresa se dedica a la compra y venta de cacao hondureño, trabajando con un modelo B2B ¹(Business to business).

El presente informe de práctica profesional describe detalladamente cada una de las actividades realizadas en Chocolats Halba Honduras, y cada uno de los objetivos que se trazaron y se pudieron cumplir, también se explicaran las mejoras que hubieron durante el periodo de la práctica que sumaron valor a las operaciones que se realizan en la empresa y de esta manera incrementar el crecimiento de la empresa, también se expresa la propuesta de mejora para la empresa Chocolats Halba Honduras, detallando las posibles aceleraciones económicas y de otras relacionadas a las mismas dentro de la organización. Para concluir con las conclusiones para recomendaciones hacia la empresa para que puedan alcanzar los objetivos trazados por la compañía Chocolats Halba Honduras

Capítulo I

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo General

Poner en práctica los conocimientos y habilidades aprendidos durante todo el periodo de estudios de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en una compañía establecida de manera legal tanto en el mercado hondureño como en el mercado internacional, con el único objetivo de ofrecer un valor agregado a cada una de las actividades realizadas en la empresa, y durante este proceso poder adquirir la mayor experiencia e intelecto sobre las funciones dentro de la empresa y sobre todo con los clientes de la misma.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Implementar un plan de comunicación digital y física para que diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales sepan quien es, que hace y porque hace lo que hace Chocolats Halba.
- Creación de nuevas cuentas y mejorar la imagen de la empresa en redes sociales, son los medios con mayor auge en los negocios de este siglo, para un mayor tráfico de usuarios.
- Captación de un mayor número de proveedores y compradores de cacao en el mercado nacional e internacional a través de las redes sociales.
- Posicionar la empresa a nivel nacional e internacional como una empresa de calidad en incentivación de producción y exportación de cacao de calidad.

1.2. Datos Generales de la Empresa

1.2.1. Reseña Histórica

Chocolats Halba nació en septiembre del año 2008 como un proyecto incentivado por la ONG Helvetas Honduras, con el objetivo de comprar y exportar cacao de calidad a Suiza, pero no fue hasta el año 2013 que realmente se estableció legalmente como una compañía compradora y exportadora de cacao, para estas fechas Chocolats Halba ya estaba establecida en el mercado cacaotero, en sus principios solamente compraban pequeñas cantidades de cacao y las mandaban hacia Suiza.

Con el pasar del tiempo Chocolats Halba Honduras ha logrado crecer tanto en adquisición de cacao como en la exportación del mismo, incentivando a las cooperativas compuestas de los pequeños productores cacaoteros proveyéndoles sellos certificados para que su cacao tenga mejor precio en el mercado, pero eso solo se logra obteniendo un cacao de calidad, los dos sellos que se necesitan para exportar son: Biosuisses (orgánico) y FT (Comercio justo), ha sido un largo proceso para Chocolats lograr que algunas de sus cooperativas obtengan la calidad en el cultivo para lograr obtener los dos sellos para exportación, pero Chocolats Halba Honduras no ha dejado de la mano a sus asociados, proveyéndoles asistencia técnica, certificación del cultivo, financiamiento para infraestructuras y más, hoy en día la empresa exporta hasta 60 contenedores por año. (Chocolats Halba Honduras, 2020)

1.2.2. Misión

Liderar la comercialización de cacao de alta calidad y asegurar la materia prima para producir chocolate, enlazando directamente las organizaciones de productores con el mercado internacional y promoviendo el sentido empresarial, el comercio justo, la producción orgánica en sistemas agroforestales y las certificaciones para ofrecer mejores beneficios a los productores y crear rentabilidad en toda la cadena de comercialización. (Chocolats Halba Honduras, 2020)

1.2.3. Visión

Ser la empresa líder en comercialización de cacao de alta calidad en Centro América, ofreciendo los mejores beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo. (Chocolats Halba Honduras, 2020)

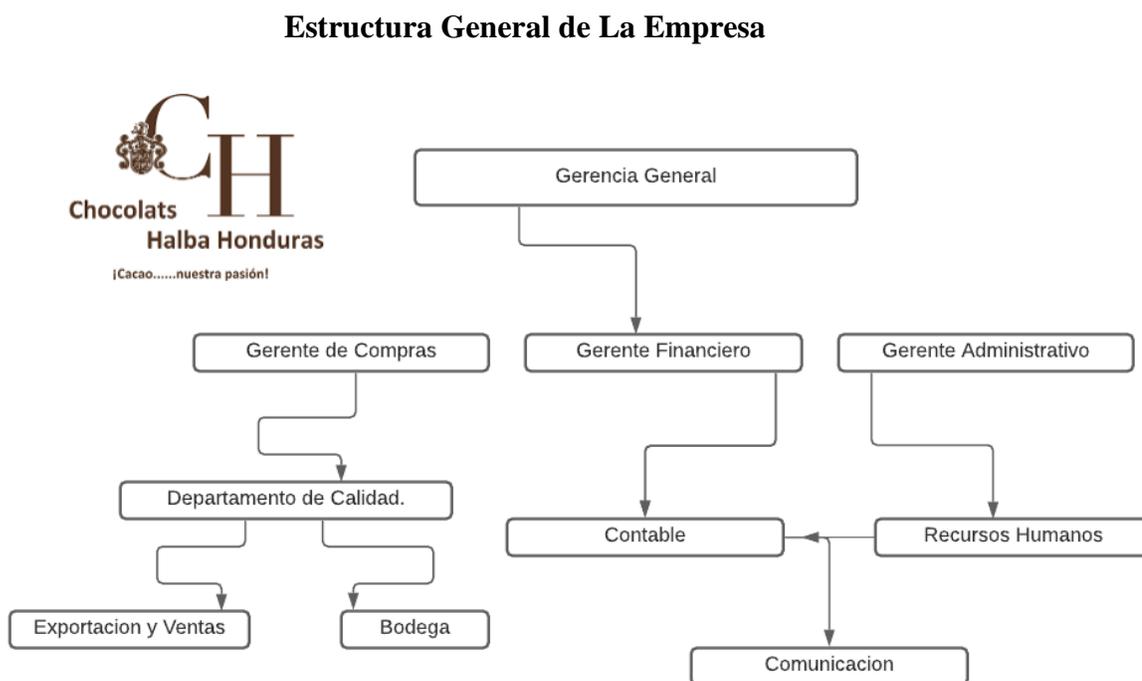
1.2.4. Valores Institucionales

- Calidad
- Producción sostenible
- Organizaciones de pequeños productores
- Desarrollo empresarial

(Chocolats Halba Honduras, 2020)

1.2.5 Organigrama

Figura 1: Organigrama Chocolats Halba



(Chocolats Halba Honduras, 2020)

Capítulo II

2.1. Actividades Realizadas

Durante las primeras semanas del periodo de práctica se indicó trabajar en cada uno de los departamentos que conforman a la empresa, trabajando directamente: Gerencia General, gerente de compras, gerente administrativo, departamento de exportaciones, departamento de calidad y fermentación y bodega, todo con el propósito de obtener el mayor conocimiento sobre la empresa, para poder comunicar en medios físicos y digitales los diferentes procesos que realiza la empresa.

2.1.1. Diagnóstico Corporativo: Chocolats Halba Honduras.

La empresa Chocolats Halba es una empresa que se dedica a comprar cacao en Honduras y lo exporta directamente a Suiza, ellos mantienen una comunicación con los productores de cacao, ellos tienen diferentes departamentos dentro de la empresa que cumplen con diferentes funciones, pero las que más se mantienen en constante diálogo con las cooperativas son: departamento de compras y venta, departamento de calidad y el de bodega.

En el área de exportación el departamento de ventas y la gerencia general tiene comunicación directa con los socios en Suiza, pero en el caso de las relaciones nacionales ellos no tienen ningún tipo de comunicación publicitaria, es decir, si tienen proyectos o campañas en conjuntos no documentan en ningún medio nada de esto.

En el caso de las relaciones internacionales sucede lo mismo, Chocolats Halba Honduras pertenece a una empresa Suiza y sus negocios de exportación son directamente con ellos, pero aun así esto no lo han dado a conocer en medios online o offline dentro de Honduras, lo cual beneficiaría en gran manera la empresa en Honduras.

Chocolats Participa en evento en relación con otras organizaciones, y si aparecen en publicidad, pero de esas empresas, no por cuenta propia. Chocolats Halba no es activa en las redes sociales, no cuenta con influencers que apoyen su marca, tampoco se hacen notar en los medios de comunicación nacional.

La empresa como tal ya tiene muchos atributos y características que lo hacen ser una empresa socialmente responsable que traspasa fronteras, pero todavía no ha logrado ubicarse en los medios publicitarios para posicionar de manera correcta su imagen en el sector agricultor de cacao.

2.1.2. Creación de cuentas en Redes Sociales

Chocolats Halba Honduras S.A. no contaba con su presencia en redes sociales en las cuales pudiera comunicar a su público todas las funciones que cumplen como empresa y que beneficios ofrecen tanto a sus proveedores y compradores, ellos no contaban con nadie que tuviera tanto el tiempo y el conocimiento sobre publicidad digital y todos los beneficios que esta ofrece a las empresas posicionarse como desean en el mercado, las nuevas cuentas que se crearon fueron Instagram y LinkedIn, así que se crearon estas nuevas cuentas en las que día de por medio se publican imágenes o videos en las que se lograr transmitir mensajes no solo de manera interna si no externa.

Se crearon cuentas en redes sociales específicamente en: Instagram, LinkedIn, You Tube. La empresa cuenta con dos tipos de Target; Cooperativa – productores (proveedores), chocolateros suizos (clientes). Se llego a la conclusión, para poder crear una comunicación eficiente debe utilizarse publicidad en medios tradicionales y digitales, las clases sociales son variadas en estos dos targets, todos tiene acceso a un teléfono y poder conectarse a internet, pero no todos tienen las mismas facilidades económicas, por eso debe hacerse presencia en medios offline.

Se decidió crear estas cuentas en las redes sociales antes mencionadas ya que son las que más se están utilizando en el mundo de la publicidad digital, además de ser las más viables para la empresa, estas permiten que la captación de un mayor número de usuarios sea más fácil, rápida y efectiva.

2.1.3. Cuentas Existentes

2.1.3.1 Facebook

Chocolats Halba Honduras ya contaba con cuenta en Facebook, pero completamente inactiva, y sus posts solamente eran fotos tomadas con una cámara de celular de baja calidad, y por supuesto en esta misma no existía la comunicación que debería de haber en un tipo de empresa como esta. Cuando se reactivó la cuenta se comenzaron a realizar cambios como ser: horarios de trabajo, descripción de la empresa, fotos de perfil y portada, publicaciones dirigidas al público con diferentes objetivos. De esta manera se notaron inmediatamente los cambios, las personas reaccionaron positivamente antes estos sucesos digitales.

Para poder medir la actividad de esta red social se contó con métricas que sirven para medir la actividad, como ser; costo por clic, número de conversiones, una de estas permite medir los resultados de forma concreta, según el número de clics o de acciones que tuvo la publicación así será el pago que tendrá que pagar la empresa, en este caso el anunciante.

Se implementaron las mejores en la calidad de imagen en fotografías y videos, la infografía etc....se realizó un calendarios de publicaciones en las que se daban a conocer los procesamientos del cacao desde el proceso de siembra hasta que se entrega en Chocolats Halba, también las diferentes actividades que se realizan dentro y fuera de la empresa para mejorar la calidad del chocolate, los beneficios y usos que ofrece el cacao, y sobre todo que se produce en el extranjero con este producto.

Capítulo III

3.1. Propuesta de Mejoras Implementadas

3.1.1. Proceso de creación de nuevas cuentas en Redes Sociales

3.1.1.1 Antecedentes

Este proceso de creación de nuevas cuentas en redes sociales se llevó a cabo por diferentes razones: la primera, se debía a la carencia de ellas en la empresa, la segunda, es porque se buscaba mejorar la imagen corporativa de la empresa para poder comunicar a Honduras y al mundo lo que ellos hacen como exportadora e impulsadora a la producción de cacao, la empresa solamente contaba con una sola cuenta en Facebook y You Tube. Pero estas se mantenían inactivas completamente, ya que no existía alguien dentro de la empresa con el tiempo, conocimiento y recursos necesarios para manejar la publicidad digital.

3.1.1.2 Descripción de la propuesta

Se pudo observar el problema que tenían en el tema de comunicaciones, por ende, se propuso al Gerente General Luis Velez la creación de nuevas cuentas, con el objetivo de poder hacer publicidad con la mínima inversión, como primer paso las redes sociales es la nueva publicidad de hoy en día permite contactar con persona de cualquier parte del mundo con tan solo un clic.

Las redes sociales son un método de comunicación social que ha cambiado completamente Internet, han cambiado la forma en que las personas se comunican en el siglo XXI, especialmente cómo las organizaciones pueden establecer contactos y conexiones con compradores y usuarios en el campo del marketing..La eficacia de la Publicidad en las Redes Sociales 2 Relacionado con lo anteriormente expuesto, debemos hacer mención del Social Media Marketing o al Marketing de las Redes Sociales, que lo definiremos como: “es el concepto por el cual nos referimos a una serie de herramientas que puestas en acción abren distintos canales de comunicación en el mundo digital.” (Genwords, 2019).

Chocolats Halba es una empresa multinacional ya que además de pertenecer a una empresa Suiza, exporta cacao a Chocolats Halba Switzerland, estos le dan una ventaja a nivel nacional, ya que son pioneros en exportación de cacao en Honduras, por esto se consideró que debe posicionarse en el mercado chocolatero, para poder poner en marcha este plan se llevaron a cabo los siguientes pasos:

- **Definir en qué redes debía tener presencia Chocolats Halba Honduras.**
 - **Facebook:** esta opción era la más indicada para llegar a las pantallas de los posibles proveedores, es decir; productores de cacao que estuvieran interesados en asociarse a las cooperativas socias.
 - **Instagram:** para la captación de nuevos compradores Instagram es una herramienta de gran alcance, el mundo entero hace uso de esta aplicación debido a las innovadoras herramientas.
 - **LinkedIn:** Chocolats Halba no solo busca promocionar sus productos o servicios, sino también el poder reclutar personal, posicionar su perfil profesional en la web, esta es la herramienta correcta.
 - **You Tube:** esta herramienta es una oportunidad para obtener más seguidores en el sitio web de la empresa, con cada video que un usuario este viendo en su pantalla podrá ver videos corporativos por parte de la empresa.

- Una vez creadas las cuentas se comenzó a diseñar imágenes con infografías diferentes dependiendo el mensaje que se quería transmitir al público.
- El tipo de mensaje que se quería publicar iban dirigidos directamente a los dos targets que la empresa poseía; proveedores (cooperativas) y clientes (chocolateros suizos). Se publicaron imágenes de actividades que la empresa realizo con los productores asociados a las cooperativas en los que se explicaba el apoyo de parte de la empresa hacia ellos, apoyo en la nueva plantación de cultivos dinámicos en las parcelas.

Una vez seleccionado el contenido que se quería postear en cada una de las redes se definió que contenido se iba a publicar en Facebook, Instagram, LinkedIn, You Tube, los públicos, a los que se dirigen no son los mismo en cada red social, es por eso que en Instagram y LinkedIn, la mayoría

de las publicaciones se hicieron en idioma inglés ya que se busca llegar a los compradores en el extranjero y en Facebook se realizaban en español que es para captar posibles proveedores, es decir, productores de cacao.

Todas estas publicaciones se realizaron de forma orgánica es decir publicaciones no pagadas, ya que en ese momento la empresa prefirió ver como reaccionaban los usuarios antes de decidir si invertían en estas pautas publicitarias.

3.1.2. Videoclip para testimonios de Sistemas DAF's

3.1.2.1 Antecedentes

La propuesta de creación de un videoclip nació por una necesidad de parte de los socios en Suiza, el proyecto de los sistemas DAF se comenzó a utilizar en las parcelas de cacao cuando la pandemia inicio, debido al confinamiento el consumo de alimentos era mayor, así que los técnicos de campo presentaron la propuesta de este sistema y Suiza acepto.

Ha pasado un año desde que los cultivos DAF comenzaron y ahora los socios quieren un testimonio de uno o dos productores que entraron en el proyecto DAF's, se requería que esta persona tuviera ciertas características para grabar el video tales como: entusiasmo y energía. Alguien que transmitiera esa emoción a los demás productores y tuvieran las ganas de unirse a este proyecto.

3.1.2.2 Descripción de la propuesta

Esta propuesta consistió en la grabación de un video en el que un productor cacaotero afiliado a la cooperativa de San Fernando, Omoa. Socia de Chocolats Halba, fuera grabando hablando un poco sobre como cultivaba antes de este sistema, como conoció el sistema y que lo motivo a entrar en este proyecto, también hablo de cómo se sentía con este nuevo sistema en su finca y que beneficios podía traerle a él y a su familia, se grabó con el objetivo de presentar un testimonio de alguien que estuviera implementado este sistema en sus parcelas ya que Chocolats Halba Suiza está interesado

en ver cómo está funcionando el proyecto porque son quienes están consumiendo estos productos para su red de mercados Coop.

Se eligió a un productor con características un poco diferentes a las que se pensarían, alguien mayor, que a pesar de ser de edad avanzada fuese resiliente a los cambios que como productor de cacao enfrenta, alguien que tuviese el ánimo y quisiera unirse al proyecto de cultivos dinámicos en las parcelas, es decir, las parcelas ya no solo serían conformadas por cacao si no por una gran variedad de cultivos,

El productor escogido fue Don Fernando Mejía, él es parte de la Cooperativa San Fernando ubicada en la comunidad de Omoa, Cortes. se sintió alagado y apoyado por parte de Chocolats Halba ya que son ellos los que le proveen los conocimientos, asistencias técnicas, plantas y semillas para la siembra de los cultivos en medio de la parcela de cacao, todo esto fue grabado, no tuvo ningún costo ya que se hizo con cámaras celulares y solo se gastó en combustible y viáticos para transportarse y poder grabar el testimonio.

El video se grabó en un iPhone 11 que cuenta con una buena cámara de video y editado en una app llamada iMovie, se grabó este video con la intención de enviarlo a los socios en Suiza, quienes autorizaron este proyecto que nació debido a la pérdida de cultivo cacaotero que se tuvo después de ETA y IOTA, al mismo tiempo se buscaba usar este testimonio para que más productores se animaran y buscaran involucrarse en este nuevo proyecto.

El video no fue publicado en ninguna red social ya que se grabó pocos días antes de que la práctica finalizara, sin embargo, si se envió a los jefes en Suiza, quienes estaban interesados en ver el testimonio del productor, se llegó al acuerdo de que el video sería publicado una vez Suiza diese su aprobación.

3.1.3 Impacto

Una vez implementada esta propuesta se notaron los cambios en el alcance que habían tenido las publicaciones, los cambios fueron más notorios en la página de Facebook ya que es la cuenta que

cuenta con un número mayor de usuarios, las demás redes no tuvieron tanto alcance ya que al ser nuevas no tienen tantos seguidores, tomando en cuenta el factor de que no se pagó en las publicaciones para poder alcanzar un mayor número de usuarios, likes, comentarios, compartidos, clicks etc....

Las publicaciones alcanzaron un número de 400-700 likes, comentarios de hasta 5-15, compartidos de 3-10 en total, tomando en cuenta que fue publicidad orgánica se pudo notar el cambio.

Más sin embargo algunos asociados al mercado cacaotero enviaron mensajes en las nuevas redes expresando su agrado y aprobación sobre la mejora de imagen que había tenido la empresa con la creación de estas cuentas en social media, también buscaban información de como poder ser proveedores de la empresa, preguntaron cuáles eran los pasos para poder formar parte del proyecto cultivos dinámicos, se concluye afirmando que el impacto que estas actividades en las redes sociales fueron satisfactorias.

3.2. Propuesta de Mejora

3.2.1. Plan de mejora de comunicación Chocolats Halba Honduras

3.2.1.1. Antecedentes

La propuesta de mejora de comunicación interna y externa de la empresa se basa en la falta de comunicación que existe de parte de Chocolats Halba Honduras entre sus proveedores y compradores, pero también las necesidades que influyeron en esta propuesta, como ser: promocionar el cacao que no es apto para Suiza, incrementar la producción de cacao en Honduras, la demanda de cacao de calidad ha incrementado y con ello debe aumentar la producción de un buen cacao en el país, las tierras hondureñas se prestan para este cultivo, pero los productores se han decepcionado del precio de este mismo.

Ahora mismo Suiza ya no quiere comprar cacao convencional, solo cacao orgánico y comercio justo, los productores no mejor la calidad y cantidad de producción de cacao por cuestiones climáticas, escasos recursos, poca extensión de tierra etc....

La empresa necesita que haya más productores aliados a las cooperativas socias (proveedores) de Chocolats Halba Honduras y de esta manera poder comunicar los beneficios que obtendrían al aliarse a ellos, por otro lado, la empresa cuenta con un cacao restante, que es el cacao que no es comprado por Suiza, este cacao debe abrir mercado en otros países y así buscar obtener mejores precios que los que se conseguirían en empresas hondureños.

3.2.1.2. Descripción de la propuesta

Para el planteamiento de esta propuesta se realizó una pequeña investigación de cuáles eran los problemas que se identificaban en la comunicación de la empresa, plantear preguntas para poder comprender cuales eran los recursos con los que contaba la empresa y así saber con exactitud que métodos utilizar en los diferentes medios, es decir: offline y online.

Como se mencionaba anteriormente, Chocolats Halba trabaja con cooperativas socias en todo Honduras, pero se encuentran en una situación difícil, ya que la calidad y cantidad de cacao ha bajado en un porcentaje considerable, los productores han mermado su producción por diferentes factores: el clima, la mala economía, escasa liquidez económica, poca extensión de tierra, etc. Esto influye en que el cacao pierda el sabor, el color y el tamaño requerido por Suiza.

Chocolats Halba vende su cacao certificado con los sellos; comercio justo y orgánico a Suiza, sin embargo, tiene un problema más, el cacao restante no perteneciente a esos lotes certificados. Directamente la empresa no cuenta con compradores para este cacao, es un buen cacao que sigue siendo aceptable para los diferentes gustos y características en otros países o incluso dentro del mismo país, pero Chocolats Halba necesita encontrar un mercado para este tipo de cacao.

3.2.1.1.1 Análisis DAFO

Debilidades

- Poco conocimiento de la empresa a nivel productor y comprador.
- Comunicación interna y externa.

- Personal para la comunicación de la empresa.

Amenazas

- Liquidez empresarial.
- Compradores de cacao individual.
- Países vecinos productores de cacao.

Fortalezas

- Pioneros en exportación de cacao.
- Estima del cacao hondureño en el mundo.
- Una base de datos existe de proveedores.

Oportunidades

- Nuevas redes sociales apto para proveedores y compradores.
- Nuevos mercados chocolateros en el extranjero
- Desarrollo de su propio sitio web nuevo y mejorado.
- Medios de comunicación tradicionales aptos para sus proveedores.

3.2.1.2.1. Objetivos

Objetivo General

- Implementar un plan de comunicación interno y externo para la mejorar la comunicación entre proveedores y clientes de Chocolats Halba Honduras S.A.

Objetivos Específicos

- Desarrollar actividades dentro y fuera de la empresa para publicidad.
- Crear contenido atractivo para las publicaciones.
- Determinar el tipo de mensaje que se quiere enviar según su target.
- Posicionar la marca en el mercado nacional e internacional.

O

3.2.1.2.3. Público Objetivo Chocolats Halba

Para poder definir y tener claro ¿sobre qué? ¿Para quién? Iban a ir dirigidas las publicaciones se hizo una segmentación de público objetivo, para así saber que imágenes, videos y demás publicaciones iban a promocionarse en cada red social, ya que no todas las imágenes significarían lo mismo para todos los usuarios de Chocolats Halba.

Proveedores (cooperativas socias)

Los proveedores de Chocolats Halba son cooperativas socias conformadas por productores cacaoteros, cada cooperativa cuenta con un mínimo productores, con el objetivo de transmitir un mensaje, que es el de sentirse parte del rubro cacaotero en el mercado internacional.

Compradores (chocolateros)

Chocolateros en el mercado internacional, ellos ya cuentas con clientes de origen suizo, pero por las razones de que ellos cuentan con cacao que no entra dentro de los estándares que suiza acepta deben buscar mercado en otra parte de mundo, es decir la captación de nuevos clientes que deseen degustar el cacao hondureño.

3.2.1.2.4. Canales de comunicación

En esta sección se plantearán los canales de transmisión de contenido: online y offline, es decir la utilización de los diferentes métodos virtuales que es lo nuevo en tecnología publicitaria y los métodos tradicionales, han sido utilizados por mucho tiempo y siguen siendo de gran utilidad en la comunicación de las empresas, en este caso Chocolats Halba Honduras cuenta con un público variado, clasificados en clases sociales, los proveedores de esta empresa son personas de clase baja que no tiene acceso a una tecnología más avanzada, en esta parte entran todas las herramientas que trae un móvil; aplicaciones, programas etc....

‘’ La integración de las estrategias offline y online en la comunicación corporativa permite que se puedan desarrollar acciones en ambos canales. El canal online ofrece un soporte en el cual las empresas pueden obtener mayor presencia corporativa y participación continua’’. (las, 2013)

Para la captación de compradores en el mercado internacionales se plantea utilizar los métodos virtuales, es decir; redes sociales, blog, sitio web y newsletters. Para la captación de nuevos proveedores asociados a las cooperativas de cacao se planteó usar medios de comunicación offline tales como: vallas publicitarias, anuncios en el periódico, anuncios de radio y televisión. Pero también hacer uso de los medios online.

3.2.1.2.4.1. Canales de comunicación Online

Sitio Web:

Una variedad de la mercadotecnia que combina principios convencionales de marketing con las facilidades interactivas propias del Internet. El propósito es comercializar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. (Milenium , 2021)

En mercadotecnia se utiliza esta herramienta con la finalidad de interactuar con el usuario de manera que los productos o servicios de la empresa puedan ser mejor pagados, en el caso de Chocolats Halba Honduras que es una empresa dedicada a la venta de cacao de calidad tiene un historial de negocios con países extranjeros, pero a través de un sitio web las ventas serían mucho

más rápidas y eficientes, logrando comercializar con cualquier persona en cualquier parte del mundo que tenga acceso a una computadora con internet y que busque cacao de calidad.

Tanto proveedores como compradores, agentes del gobierno de Honduras que apoyen el rubro cacaoero en el país podrán darse cuenta de las actividades que Chocolats Halba realiza dentro y fuera del país.

Para la obtención de visitas al sitio de web de Chocolats Halba se crearán conexiones directas con sus propias páginas en redes sociales, blog empresarial y Newsletters.

Chocolats Halba ya cuenta con un sitio web, pero es bastante antiguo, desactualizado y no tiene personalidad, el sitio en el que se propone crear uno nuevamente con la empresa de Publicidad Insight Media, ellos ofrecen todo el proceso de creación y diseño del sitio acorde a las necesidades de la empresa.

Se llego a la conclusión de que era mejor crear un nuevo sitio web y no mejorar el que ya existía porque al momento de hacer las debidas preguntas a los especialistas en estos diseños, el técnico explico que este sitio web tenía código antiguos y desactualizados, por ende, empezar de cero era la mejor opción.

Lo que se espera con esto es que una vez creado el sitio web se cree de acuerdo a las necesidades de la empresa, los usuarios que visiten el sitio tengan la oportunidad de ver la cartelera de productos y servicios que Chocolats Halba, suscribirse mediante email y recibir notificaciones de parte de la empresa, agendar citas para venta y compra de cacao, ver actualizaciones sobre los mas recientes sucesos de la empresa.

Tabla de costos 1: creación de sitio web.

Presupuesto Creación del sitio web		
Empresa	Descripción	Precio
Insight Media	Creación del sitio web-Chocolats Halba.	L 22,900.00
	Sub Total	L 22,900.00

	ISV 15%	L	3,500.00
	Total	L	26,400.00

(Insight Media, 2021)

Video Corporativo

La creación de un video corporativo nació con el objetivo de crear publicidad en los medios online, los videos en esta década se han vuelto tan virales como las imágenes y que se transmiten en todos los medios de comunicación online, un mensaje completo se puede transmitir en un video y es mucho más llamativo ya que hay más contenido visual atractiva, la empresa hará uso de esta herramienta para llegar a posicionarse en el mercado nacional e internacional.

(Insight Media, 2021)

Tabla de costos 2: Grabación de video corporativo.

Presupuesto Creación de Video Corporativo			
Empresa	Descripción	Precio	
Insight Media	Proceso del caco en HD 1920x1080 con narración y entrevistas.	L	29,000.00
	Sub Total	L	29,000.00
	ISV 15%	L	4,350.00
	Total	L	33,350.00

Blog Empresarial

Un blog corporativo es básicamente una bitácora en la que uno o varios colaboradores crean contenido sobre diversos temas relacionados con la empresa. Este tipo de información es dinámica, frecuente y permite acercar al cliente a la compañía para que conozca más de la misma en distintos aspectos, como su historia, misión y valores y al mismo tiempo, que encuentre información práctica y amena, relativa a los productos y servicios que le interesan. (Gene David Nieves, 2017)

Para Chocolats Halba es una verdadera herramienta de apoyo ya que es una empresa que además de comprar el cacao en el país también ofrece charlas técnicas, ayuda financiera a las cooperativas, certificación de sellos orgánico y comercio justo para la exportación de cacao, sistemas agroforestales dinámicos que apoyan al productor a obtener mayores ingresos económicos y beneficiar a los consumidores de estos productos en otros países que carecen de los mismos.

Un blog empresarial es una buena opción para comunicar información como está a sus proveedores existentes y poder captar nuevos productores socios mediante su blog, en el caso de los compradores podrán conocer a cerca de Chocolats Halba Honduras y saber que producto están comprándoles, captar ayuda financiera de parte de organizaciones da apoyo a nivel global.

La plataforma en la que se propone crear su propio blog es en Tumblr.com, existen muchas otras páginas en las que se podría crear un blog empresarial, pero esta página permitirá a Chocolats Halba administrar su propio blog en tiempo real y de manera gratuita, el contenido audiovisual es excelente gracias a sus herramientas de último momento. Esta es una plataforma moderna y fácil de utilizar, cuenta con herramientas que permiten interactuar con otras aplicaciones, su contenido visual es atractivo. Se puede integrar con el sitio web esta plataforma se presta para hacerlo.

Redes sociales

Estas son herramientas para publicidad digital que se encuentran en su apogeo en el mundo del marketing digital ya que permite interactuar con la marca. Muchos han sido reacios a este nuevo método, pero como dicen por ahí, el mundo está cambiando y tanto como las personas lo hacen también las empresas deben adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos.

Chocolats Halba Honduras tiene muchas ventajas ya que cuenta con la mayoría de las redes sociales más utilizadas del momento como ser; Facebook, Instagram, You Tube y LinkedIn.

A través de ellas, mediante publicaciones pagadas, podrá comunicarle al público de agricultores los beneficios que ofrece, los nuevos sistemas agroforestales dinámicos, las alianzas con las diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, el apoyo técnico y financiero que ofrece a las cooperativas socias.

Tabla de costos 3: Publicidad en You Tube.

Cuadro de Presupuestos para Publicidad You Tube							
Red Social	Descripción	Días	Costo	Total	Alcance	Audiencia	País
YOU TUBE	creación de un video, configurar una campaña, medir resultados.	7	L 68.86	L 482.00	6.4K - 13K	Dueños o involucrados en el rubro de cafeterías y reposterías.	Bélgica

(You Tube, 2021)

Tabla de costos 4: Publicidad en Instagram y Facebook.

Cuadro de Presupuestos para Publicidad en Instagram							
Red Social	Descripción del post	Días	Costo	Total	Alcance	Audiencia	País
INSTAGRAM	Story	7	L 128.57	L 900.00	4,600- 12,000	Chocolateros	Alemania
	Post	7	L 128.57	L 900.00	4,600- 12,000	Chocolateros	Alemania

(Instagram, 2021)

Cuadro de Presupuestos para Publicidad en Facebook							
Red Social	Descripción del post	Días	Costo	Total	Alcance	Audiencia	País
FACEBOOK	Post	7	L 128.57	L 900.00	1.5 k - 4.3k	Productores	Honduras

(Facebook for Business, 2021)

E-mail Marketing

El email marketing o emailing se enfoca en mandar un mensaje con la finalidad de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, entre otros objetivos. (SendinBlue, 2019)

Esta es la herramienta más antigua en el marketing digital, pero una de las que más se siguen utilizando ya que permite la captación de clientes, incrementar ventas y ver en tiempo real las actualizaciones de los correos de promoción que se enviaron.

Esta herramienta es una buena opción para Chocolats Halba ya que puede encontrar clientes fieles a su marca y comunicarse de una manera más personal, de esta manera le puede hacer saber al cliente que este comprándoles cacao que como empresa están vendiendo un producto de calidad, también pueden comunicar las noticias de sus proyectos que quieran comunicarle a sus clientes, la plataforma que se propone a utilizar es ‘SendinBlue’ ofrece una prueba gratis por un determinado

tiempo, luego de eso se debe comprar un plan premium empresarial en el que por cada newsletter enviado la plataforma le podrá permitir ver a la empresa Chocolats Halba los resultados que ha obtenido.

Tabla de costos 5: Tarifa plan SendinBlue

Plan Premium "SendinBlue"		
Premium	Tarifa Mensual	Anual
Marketing Automation	\$65	\$780
Anuncios de Facebook		
Landing pages		
Acceso multiusuario		
Soporte por teléfono		

(SendinBlue, 2021)

Se propuso utilizar esta herramienta debido a que es más económica que las otras y aunque sea más económica ofrece automatizaciones avanzadas y el editor visual con el que cuenta hace que sea más rápido y eficiente.

3.2.1.2.4.2. Canales de comunicación Offline

Vallas publicitarias

Al igual que otros medios antes mencionados este es uno de los medios tradicionales, es importante posicionarse de diferentes maneras, Chocolats Halba Honduras tiene proveedores o cooperativas socias que también cuentan con centros de acopio en donde los productores se reúnen y necesitan sentirse motivados e identificados, conocer los procesos y el verdadero apoyador de ellos como cooperativas.

La empresa "Limón publicidad" está capacitada para cumplir con los requerimientos en impresiones de banners y carteles para poder imprimir procesos sobre el cacao, alianzas de cada cooperativa con Chocolats Halba.

Tabla de costos 9: Vallas publicitarias.

Anuncio publicitario en Vallas Publicitarias				
Nombre de la empresa	Descripción	Cantidad	precio x U	Precio
Limón Publicidad	Banners (2 x cada cooperativa)	16	L. 750	L. 12,000

(Limon Publicidad , 2021)

Se escogieron 8 cooperativas de entre todo el grupo de cooperativas, ubicadas en la zona de Puerto Cortes, Olancho y Atlántida. Estas cooperativas contarán con dos banners en sus instalaciones de parte de Chocolats Halba, uno de ellos mostrara la parte de certificaciones que les provee la empresa y el segundo hablara del proceso del cacao.

3.2.1.3. Impacto de la propuesta

La empresa Chocolats Halba como compradora y exportadora de cacao lograra obtener un numero de productores de cacao asociados a las cooperativas socias, gracias a los anuncios publicitarios que se estarán lanzando en los medios de comunicación Online y Offline, los productores en su mayoría son personas que hacen más uso de los medios tradicionales, es en base a eso que se crearon estrategias de comunicación, se captara la atención de los productores cuando a sus oídos llegue la información de cómo trabaja la empresa, que beneficios obtendrán como productor.

El sitio web de la empresa llegara a obtener el porcentaje de visitas trazado en los objetivos del plan de comunicación, lograra captar las visitas por medios de la publicidad en las redes sociales, cuando se unen las fuerzas publicitarias los objetivos de un plan se completan de manera más eficiente, una vez el tráfico en las redes sociales aumente se cumplirá el objetivo de las visitas en el sitio web de la empresa, todo eso debido a las llamativas publicaciones y el contenido que se publique.

Para Chocolats Halba el crear campañas y eventos de publicidad no será una tarea complicada ya que sus redes de socios son bastante agradables, ellos tienen muchos proyectos y campañas con

más organizaciones en el rubro agricultor, esto beneficiara a la empresa en el plan de comunicación.

La empresa no solo se dedica a la compra y venta de cacao, sino que también vela por el bienestar del productor, cuando la publicidad de la empresa comience a hacer función y los productores se interesen en acercarse a la empresa, es ahí cuando la empresa actuara y se acercara al productor para brindarle su apoyo en la siembra de cacao y las debidas asistencias técnicas, de esta manera se contribuirá a la producción de cacao a nivel nacional.

El plan de mejora de comunicación de la empresa será llevado a cabo, tomará tiempo, dedicación, inversión y creatividad. La empresa contará con personal encargado para llevar a cabo este plan, alguien que tenga el debido conocimiento en publicidad digital, esta persona será la encargada de manejar cada acción a tomar en este plan de comunicación.

Tabla de inversión Global: Inversión global estimación a 6 meses.

Presupuesto Global Para Mejora de Comunicación Chocolats Halba				
Medios Online	Precio	Cantidad por mes	Tiempo 6 meses	Precio
Instagram	L 900.00	3	6	L 16,200.00
Facebook	L 900.00	3	6	L 16,200.00
You Tube	L 482.00	3	6	L 8,676.00
Video Corporativo	L 26,400.00	1	2	L 52,800.00
Diseño Sitio Web	L 33,350.00	1	1	L 33,350.00
Medios Offline				
Banners - Limón	L 12,000.00	1	1	L 12,000.00
Total Inversión				L 139,226.00

Capítulo IV

4.1. Conclusiones

- La publicidad en las empresas es clave, Chocolats Halba Honduras de tener 70 personas alcanzo las 1,000 personas que vieron en sus pantallas las publicaciones que se postearon, es un gran avance y siendo solo publicidad orgánica, lo que significa que invirtiendo un poco se puede conseguir mejores resultados.
- Durante el proceso de práctica profesional fueron puestos en práctica los conocimientos del practicante sobre publicidad digital, creación de contenido digital y con ello se adquirió una gran experiencia sobre cómo debe y no debe actuar una empresa.
- Se implementaron procesos de creación medios de publicidad digital para que la empresa y que de esta manera hubiese actividad entre compradores y proveedores.
- Se pudo observar desde las primeras semanas el cambio en las redes sociales ya que las personas comentaban, reaccionaban, escriban directamente a las paginas lo cual dio satisfacción de que funciono la creación de nuevas cuentas.
- No todos los objetivos trazados al principio del informe fueron alcanzados lamentablemente, ya que la empresa carece de personal disponible para lo que es el área de publicidad, recursos económicos para invertir sin antes presentar resultados reales.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones para la empresa

Chocolats Halba Honduras nació como un proyecto impulsador al rubro cacaoero en Honduras, con el pasar del tiempo se ha vuelto pionero en exportación de cacao a Suiza, pero el mundo está cambiando y las empresas deben de adaptarse a cambios, es importante mantener la mente abierta en los negocios, los empresarios con experiencia aconsejan que una empresa que no innova está comprobado que se dirige al fracaso, Chocolats Halba tiene el potencial de crear grandes cosas, proyectarse de diferentes maneras, crear un plan estratégico en el que ya no solo se dediquen a comprar el cacao, si no de cosechar su propio cacao y fundar una escuela técnica para cooperativas y productores eso daría más

credibilidad y confianza entre sus socios, la contratación de una persona que se encarga en el tema de comunicación y publicidad es urgente en Chocoolats Halba por la razón de que los procesos de venta, compras, producción y calidad está decayendo.

4.2.2. Recomendaciones para la institución

En el periodo de práctica se pudo observar varias cosas, la área de especialización es la de mercadeo, pero durante el tiempo de trabajo se tuvo aprender cosas relacionadas al marketing, al estudiante lo enforcaron en la parte de comunicaciones, se pudo aprender que el marketing va de la mano con muchas cosas y que el mercadeo conlleva muchas actividades, se recomienda a la institución impartir más clases de diseño, de comunicación visual y audiovisual, así como las empresas evolucionan así también lo hace la educación acorde a las necesidades del mundo entero.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes

Se recomienda a todos los estudiantes tanto de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales como de otras que lean, aprendan, se actualicen constantemente en las nueva tecnología, formas de comercializar, creación de nuevos productos o servicios, mejoramiento de procesos, productos, y servicios, la vida se trata de un constante cambio, y cuando más difícil se vea la situación eso solo debe motivarlos a ser mejores profesionales, ya sea que se conviertan en empleados o dueños de un negocio tienen que aprender a hacer de todo para poder ser ejemplo de los demás compañeros.

Glosario

Bio Suisse: Biosuisse es una norma privada que permite comercializar productos ecológicos en Suiza y que es requerida por comercializadores de este país. Biosuisse es una asociación de agricultores ecológicos de Suiza y es propietaria de la marca vinculada al cumplimiento de sus normas. Las normas BioSuisse difieren en determinados requisitos de las disposiciones de la Unión Europea. (Martinez, 2016)

Fair Trade: Es un sello de garantía de producto que certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo establecidos por Fair trade Labelling Organizations International (FLO). La asociación del Sello Fairtrade-Comercio Justo fomenta en España el uso y la notoriedad de esta certificación. (RSE, 2010)

Certificación: Una certificación es una forma de señalización frente a terceros de una serie de características, méritos o condicionantes por parte de un hecho o un bien. (Sanchez, 2020)

DAF's: DAF por sus siglas en inglés) son sistemas de producción donde se maneja el cultivo de cacao bajo sistemas agroforestales en asocio con otros cultivos con la finalidad de producir alimentos nutritivos y al mismo tiempo mejorar la fertilidad de los suelos con fijadores de nitrógenos, a través de las leguminosas. (Veco, 2020)

Email Marketing: es una herramienta de marketing digital que sirve para comunicarse con potenciales clientes y clientes mediante el envío de correos electrónicos. (Sanjuán, 2016)

Cacao: nombre científico Theobroma cacao, al cacao también se lo conoce como cacaotero. Se trata de un árbol que puede alcanzar una altura de unos ocho metros, con hojas alternas y flores de tamaño reducido. (Porto, 2021)

Fermentación: Se llama fermentación a un proceso de oxidación incompleta, que no requiere de oxígeno para tener lugar, y que produce una sustancia orgánica como resultado. (María Estela Raffino, 2020)

Secado de Cacao: El secado es una etapa del beneficio del cacao en la que se elimina el exceso de humedad de los granos por calentamiento y se completa la formación del aroma y sabor a chocolate. (Arrunátegui, 2015)

Marketing o publicidad orgánico: es un conjunto de estrategias metodológicas que facilitan las conversiones, el tráfico y el crecimiento de tu marca de manera natural, ofreciendo contenidos originales y abriendo un canal de comunicación con los usuarios, para llenar sus necesidades y donde ellos espontáneamente accederán, constituyendo la red que llevará a la marca a aumentar las ventas de productos y servicios. (Chili, 2019)

Monocultivos: sistema productivo agrícola que dedica toda la extensión disponible de la tierra para sembrar el mismo tipo de cultivo. (Biel, 2021)

Bibliografía

- Gene David Nieves. (17 de Abril de 2017). *Posted In*. Obtenido de <https://www.postedin.com/blog/que-es-un-blog-corporativo-y-para-que-sirve/>
- Arrunátegui, I. R. (2015). *FUNDAMENTOS DEL SECADO DEL CACAO*.
- Biel, P. (25 de febrero de 2021). *Agroptima Blog*. Obtenido de <https://www.agroptima.com/es/blog/monocultivos-una-practica-poco-amigable-con-el-planeta/>
- Chili. (1 de Noviembre de 2019). *Chili*. Obtenido de <https://chili.pa/es/resources/marketing-digital/diferencia-entre-marketing-organico-marketing-pagado/#:~:text=El%20marketing%20org%C3%A1nico%20es%20un,y%20donde%20ellos%20espont%C3%A1neamente%20acceder%C3%A1n%2C>
- Chocolats Halba Honduras. (7 de septiembre de 2020). *Chocolats Halba Honduras*. Obtenido de <https://www.chocolatshalba.hn/>
- Facebook for Business. (2021). *Facebook for Business*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/business/ads>
- Honduras, C. H. (2020). *Chocolats Halba Honduras*. Obtenido de <https://www.chocolatshalba.hn/our-story/>
- Insight Media. (13 de Febreo de 2021). *Insight Media*. Obtenido de <https://www.facebook.com/insightmediahn/>
- Instagram. (2021). *Instagram Ads*. Obtenido de <https://www.instagram.com/>
- La Prensa. (Marzo de 2021). *La Prensa*. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/>
- las, s. L. (2013). *“La eficacia de la integración offline y online en la estrategia de comunicacion corporativa*. Valencia.
- Limon Publicidad . (Marzo de 2021). *Limon Publicidad* . Obtenido de <https://www.facebook.com/limonphn/>
- María Estela Raffino. (7 de Octubre de 2020). *Concepto.De*. Obtenido de <https://concepto.de/fermentacion/>
- Martinez, D. (2016). *3 años CAAE*. Obtenido de <https://www.caae.es/index.php/component/k2/industrias/biosuisse>
- Milenium* . (2021). Obtenido de Milenium : <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-mercadotecnia-web.html#:~:text=Web%20Marketing,las%20necesidades%20de%20los%20clientes.>
- Porto, J. P. (2021). *Definicion de Cacao*. Obtenido de <https://definicion.de/cacao/>
- Radio America. (6 de marzo de 2021). *Radio America*. Obtenido de <https://radios.hn/americas-san-pedro-sula/>
- RSE, C. C. (2010). *Compromiso RSA*. Obtenido de <https://www.compromisorse.com/sabias-que/2010/09/17/que-es-el-sello-fairtrade/>
- Sanchez, J. (21 de Agosto de 2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/certificacion.html>
- Sanjuán, J. M.-Z. (27 de 04 de 2016). *La Cultura del Marketing*. Obtenido de <https://laculturadelmarketing.com/politica-de-privacidad/>
- SendinBlue. (13 de agosto de 2019). *SendinBlue*. Obtenido de <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/#:~:text=El%20email%20marketing%20o%20emailing,de%20compra%2C%20entre%20otros%20objetivos.>
- SendinBlue. (2021). *SendinBlue*. Obtenido de <https://es.sendinblue.com/tarifas/>

Sosa, R. (27 de marzo de 2020). *Orienteed e-commerce consultancy*. Obtenido de <https://www.orienteed.com/es/b2b-b2c-b2b2c-c2c-c2b-lo-entiendes#:~:text=B2B%3A%20Business%20to%20Business.&text=B2C%3A%20Business%20to%20Consumer.,Business%20to%20Business%20to%20Consumer>.

Televisión. (marzo de 2021). *Televisión*. Obtenido de <https://www.televisión.com/>

Veco, R. (7 de Agosto de 2020). *Rikolto Veco*. Obtenido de <https://latinoamerica.rikolto.org/id/node/3032#:~:text=En%20los%20Sistemas%20Agroforestales%20Din%C3%A1micos,fertilidad%20de%20los%20suelos%20con>

YouTube. (2021). *YouTube Ads*. Obtenido de <https://www.youtube.com/intl/es-419/ads/pricing/>

Anexos

Cotización de creación de video corporativo y diseño de sitio web

- Insight Media



2

Personal de Insight Media

- (1) Camarógrafo
- (1) Fotógrafo
- Asistente de Iluminación y audio.

Equipo Insight Media

- Cámara de video Sony A7iii
- Cámara Canon para fotografías
- Drone DJI Phantom Pro
- Luces

Propuestas Económica

Descripción	Precio Total
Video Corporativo: Chocolats Halba Video proceso del cacao en HD 1920x1080 con narración y entrevistas.	L 29,000.00
Sub-Total	L 29,000.00
ISV 15%	L 4,350.00
TOTAL	L 33,350.00

Desarrollo de Página Web

- Páginas internas ilimitadas
- Banners para la página de inicio y para las páginas internas.
- Plataforma de usuarios
- Secciones de la página
- Sitio responsive adaptable a móviles
- Soporte durante 2 meses para realizar cambios leves.
- Optimizable para subir videos.
- Creación de línea gráfica para comunicación.

Propuesta Económica

Cantidad	Descripción	Precio Total
1	Diseño de Página Web – Chocolats Halba	\$ 950.00
	Sub-Total	\$ 950.00
	ISV 15%	\$ 142.50
	TOTAL	\$ 1,092.50

Cotización de anuncios Publicitarios en Redes Sociales

Claro HND 9:13 AM

Boost Post

Estimated daily results

People reached
133 - 386

Country, currency
HN, HNL Change

L. 200

L. 30 ————— L. 2,000

Duration

Days
5

Run this ad until
Friday, 29 January 2021

You will spend L. 40 per day.

Boost Post Now

By tapping Boost Post Now, you agree to Facebook's Terms and Conditions.

Claro HND 9:13 AM

Boost Post

You will spend L. 40 per day.

Run this ad on Instagram

See Instagram Preview

Payment

Chocolats Halba

Add Payment Method

Payment summary
Your ad will run for 5 days.

Total budget **L. 200.00**

Need to report a problem? [Give Feedback](#)

Boost Post Now

By tapping Boost Post Now, you agree to Facebook's Terms and Conditions.

Review your campaign to be sure it's how you want it

<p>Your video</p> <p> Chocolats Halba Honduras: Who we are by Chocolats Halba Honduras • 116 views Chocolats Halba Honduras is your partner for sustal...</p> <p>How your ad shows Automatically played before, during or after other YouTube videos</p> <p>Networks On YouTube and on Google video partner sites</p> <p>Destination URL https://chocolatshalba.hn/</p> <p>Locations Cortes Department</p> <p>Languages Spanish, English</p> <p>Demographics Any age, Any gender, Any parental status</p> <p>Interests Green Living Enthusiasts, Do-It-Yourselfers, Coffee Shop Regulars, Cooking Enthusiasts, Prefers Organic Food, ... (and 1 more)</p> <p>Daily budget \$20.00</p>	<p>Estimated weekly performance</p> <p>35K - 73K Impressions An impression is counted each time your ad is shown. The amount of impressions won't affect your cost.</p> <p>19K - 40K Views A view is counted when someone shows interest and watches 30 seconds of your video ad (or the duration if it's shorter than 30 seconds) or interacts with the ad.</p> <p>\$0.00 - \$0.01 Average cost-per-view (CPV) The average amount you'll pay every time your ad gets a view.</p>
---	---

BACK

NEXT

Cotización de Anuncios Publicitarios en Radio, TV y Periódico

- Radio América
- Telecentro
- La Prensa

5. Spots

Duración	5				me9a				9				TSI			
	10"	20"	30"	60"	10"	20"	30"	60"	10"	20"	30"	60"	10"	20"	30"	60"
Day 5:00 A.M. a 6:00 P.M.	\$ 440	\$ 520	\$ 640	\$ 1020	\$ 42	\$ 50	\$ 60	\$ 100	\$ 220	\$ 260	\$ 320	\$ 510	\$ 230	\$ 270	\$ 330	\$ 530
Prime 6:01 P.M. a 10:00 P.M.	\$ 1,100	\$ 1,320	\$ 1,590	\$ 2,500	\$ 84	\$ 100	\$ 110	\$ 180	\$ 560	\$ 680	\$ 810	\$ 1,300	\$ 590	\$ 705	\$ 845	\$ 1,360
Late 10:01 P.M. a 12:00 M.N.	\$ 380	\$ 450	\$ 540	\$ 870	\$ 40	\$ 50	\$ 60	\$ 90	\$ 180	\$ 220	\$ 270	\$ 430	\$ 190	\$ 230	\$ 280	\$ 450

*Posiciones Horarias: 20% de Recargo

TARIFAS DIFERENCIADAS SPOTS 30"

NOVELAS PRIME Y ESTELAR
CINE MATINÉ / USANACIONAL
FRENTE A FRENTE
TNS ESTELAR

\$ 1,800

5 DEPORTIVO (MESA REDONDA)
X-O DIA DINERO Y CASO CERRADO

\$ 1,250

HOY MISMO ESTELAR Y
30/30



*Tarifas no incluyen ISV

TVC 09

SECCION INTERIORES (Precio Diario)						
Código	Medidas Alto x ancho pulg.	Full color	2 Colores	1 Color	Blanco y negro	
F8, página completa	12.3611 X 10.25	35,350.00	30,300.00	26,260.00	20,200.00	
C8, 1/2 página	6.1111 X 10.25	20,125.00	17,250.00	14,950.00	11,500.00	
1/4 de página	6.11 X 5.05	10,500.00	9,000.00	7,800.00	6,000.00	
C2	6.11 X 3.32	7,175.00	6,150.00	5,330.00	4,100.00	
B3	4.03 X 5.05	7,175.00	6,150.00	5,330.00	4,100.00	
B2	4.03 X 3.32	4,900.00	4,200.00	3,640.00	2,800.00	
A2, tamaño tarjeta de Presentacion	1.94 X 3.32	2,450.00	2,100.00	1,820.00	1,400.00	
F1, cintillo vertical	12.36 X 1.58	7,350.00	6,300.00	5,460.00	4,200.00	
F2	12.36 x 3.32	14,000.00	12,000.00	10,400.00	8,000.00	
Cintillo A6	1.94 X 10.25	7,175.00	6,150.00	5,330.00	4,100.00	
A3,	1.94 X 5.05	3,587.50	3,075.00	2,665.00	2,050.00	

Nota: precios sin incluir ISV

Imágenes Tomadas para Publicidad en Medios Online



VideoClip Cultivos dinámicos

Testimonio de Don Fernando

