

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
ORGANIZACIÓN PUBLICITARIA S.A**

SUSTENTADO POR:

MILANY GEORGETTE HERNÁNDEZ BLANDÓN

21711169

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIADA EN
RELACIONES INTERNACIONALES**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS
C.A.**

HONDURAS,

ABRIL, 2020

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN EJECUTIVO.....	III
CAPÍTULO I	1
1.1 OBJETIVOS.....	1
1.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	1
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
1.2 DATOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN	2
1.1.3 RESEÑA HISTÓRICA	2
1.1.4 MISIÓN	3
1.1.5 VISIÓN.....	3
1.1.6 VALORES.....	3
1.1.7 MARCAS.....	3
CAPÍTULO II.....	6
2.1.1 DESARROLLO DE PRESENTACIONES DE VENTA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE EVENTOS.....	6
2.1.2 PLANIFICACIÓN Y LOGÍSTICA DE EVENTOS	7
2.1.3 DESARROLLO DE PRESENTACIONES DE CIERRE.....	8
2.1.4 REALIZACIÓN DE MAPA DE PAUTA	8
CAPÍTULO III.....	9
3.1 PROPUESTA 1: NUEVA PLATAFORMA DIGITAL	9
3.1.1 ANTECEDENTES.....	9
3.1.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	10
3.1.3 IMPACTO DE LA PROPUESTA.....	11
3.2 PROPUESTA 2: MEJORAR PÁGINA WEB DE HONDURAS TIPS	12
3.2.1 ANTECEDENTES.....	12
3.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	13
CAPÍTULO IV	16
4.1 CONCLUSIONES	16
4.2 RECOMENDACIONES.....	16
4.2.1 RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA	16
4.2.2 RECOMENDACIONES PARA LA INSTITUCIÓN	17

GLOSARIO	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19
ANEXOS	20

Dedicatoria

El presente informe esta dedicado a mis padres por su apoyo incondicional, por impulsarme a dar lo mejor de mí siempre, por inculcarme a dar gracias a Dios por todas las cosas, y por su amor que traspasa los límites.

Agradecimientos

Primero que todo, agradezco a Dios por proveer para que mis padres me pudieran ofrecer una educación universitaria, y por permitir que esta práctica profesional se llevara a cabo con éxito, regalándome la sabiduría e inteligencia a lo largo de mi carrera universitaria.

A mis abuelos, quienes son personas esenciales en mi vida, a quienes siempre puedo acudir para recibir consejos, en especial a mi abuela paterna que es un gran ejemplo como profesional y una persona excepcional.

A mi mejor amiga Emily, quién fue mi compañera desde el inicio de mi vida y carrera universitaria, con quién compartí varias horas de estudio y muchas experiencias.

Y finalmente, a mis maestros y coordinadora de carrera quienes fueron pilares fundamentales a lo largo de estos tres años de estudio.

Resumen Ejecutivo

Los medios de comunicación constituyen actualmente la trama que arma el tejido social. El reconocimiento de su importancia para la sociedad y las personas no es una actitud novedosa. A lo largo del siglo, han ido extendiendo su alcance, perfeccionando su tecnología, ajustando su estructura y acomodando sus contenidos. (García del Castillo, J. 2009)

Organización Publicitaria S.A., OPSA, es el grupo de comunicaciones y medios más importante en Honduras, fundada el 26 de octubre de 1964, por el empresario Jorge J. Larach, conformada por sus diarios La Prensa, El Herald, Diez y sus revistas Estilo, Estrategias y Negocios, Buen Provecho y Honduras Tips y presencia en la televisión con Go Tv. Los valores bajo los cuales esta empresa trabaja son informar, educar y formar con credibilidad, transparencia, innovación.

La práctica profesional se llevó a cabo en Grupo OPSA de enero a marzo en el área de Mercadeo, en donde el objetivo principal es posicionar y ubicar la empresa en el mercado e incrementar los ingresos, dicha área realiza la gestión y logística de eventos que se presentan a marcas patrocinadoras para tener un beneficio mutuo.

A lo largo de las diez semanas de práctica profesional se apoyó al área de Mercadeo, todos los lunes se planteaba una agenda conformada por las actividades que se iban a realizar a diario durante la semana, actividades como ser presentaciones en Power Point para clientes potenciales, mapas de pauta, cotizaciones, contacto con proveedores para coordinar eventos a realizar, presentaciones de cierre una vez finalizado los eventos, durante cada semana también se asistió a eventos para apoyar con la logística, todas estas asignaciones resultaron enriquecedoras en cuanto al desarrollo de habilidades de trabajo.

Una vez transcurrido el tiempo dentro de la empresa, se identificaron áreas de oportunidad y se plantearon dos propuestas de mejora, las cuales pretenden generar nuevos ingresos y mejorar la funcionalidad de la empresa, innovando para posicionar a sus marcas en el primer lugar a nivel nacional.

La primera propuesta de mejora se alinea con los conocimientos adquiridos en la carrera de Relaciones Internacionales, y surgió con el propósito de conscientizar y animar a los lectores

sobre temas de importancia como la política, tanto a nivel nacional como internacional, por eso se propuso la creación de una plataforma digital política en donde expertos puedan compartir y exponer su conocimiento.

La segunda propuesta de mejora surgió al identificar la importancia de mantener actualizadas todas las plataformas digitales de Grupo OPSA, ya que la mayor fuerza de lectores y público son los que visitan estos sitios web, especialmente con la revista Honduras Tips, esta revista es impresa solo con ediciones especiales, por esto, la presentación de su página web debe mejorar.

Introducción

La carrera de Licenciatura en Relaciones Internacionales tiene diferentes áreas de estudio que le da al egresado la versatilidad de laborar y desempeñarse exitosamente en cualquier institución ya sea pública o privada. Para obtener un título universitario, realizar una práctica profesional, para poner en acción dichos conocimientos y habilidades adquiridos. El área de mercadeo y relaciones públicas van de la mano con los diferentes temas y áreas que engloban la carrera de Relaciones Internacionales, por eso realizar la práctica profesional en esta área resultará beneficioso.

El presente informe tiene como objetivo exponer las actividades realizadas, de una manera detallada, durante el período de práctica profesional en la Organización Publicitaria S.A. (OPSA), uno de los grupos de medios más importantes de Honduras, en el Departamento de Mercadeo de las reconocidas marcas de revistas a nivel nacional e internacional: Estilo, Estrategia y Negocios, Buen Provecho y Honduras Tips.

El informe está dividido en cuatro capítulos exponiendo de manera ordenada el desarrollo de la práctica profesional y datos de la empresa. El primer capítulo está conformado por los objetivos generales y específicos de la práctica profesional y detalles generales de la empresa.

En el segundo capítulo, se encuentran especificadas las actividades realizadas durante el período de la práctica profesional y las tareas asignadas por la empresa.

Posteriormente en el tercer capítulo se presenta la propuesta de mejora, para optimizar la funcionalidad de la empresa, el proceso para realizar la propuesta e impacto que la propuesta tendría en caso de ser implementada.

Finalmente, en el capítulo cuatro, se concluye el informe exponiendo la experiencia en la práctica profesional y los resultados, así como también las recomendaciones para la empresa, la universidad y los estudiantes.

Capítulo I

En el siguiente capítulo se plantean el objetivo general y los objetivos específicos que servirán para desarrollar la práctica profesional manteniendo una meta y una vez finalizado el período de práctica corroborar que se realizó un trabajo exitoso y se cumplieron las metas establecidas.

Se describen también la reseña histórica de la empresa para comprender mejor el contexto y los lineamientos bajo los cuales se laboran dentro de la empresa.

1.1 Objetivos

En esta sección se describen el objetivo general y los objetivos específicos de la práctica profesional.

1.1.1 Objetivo General

Aplicar las habilidades adquiridas en la carrera de Relaciones Internacionales en el área de Mercadeo y Relaciones Públicas en Organización Publicitaria S.A para apoyar en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar áreas oportinidad en la empresa, y desarrollar propuestas de mejoa específicamente en el departamento de Mercadeo, Comunicaciones y Relaciones Públicas.
- Desarrollar propuesta de mejora relacionada con temas de interés político y la creación de una plataforma digital para abordar estos temas.
- Desarolllar propuesta de mejora para modificar y actualizar la página web de la revista Honduras Tips.
- Obtener conocimientos técnicos sobre las actividades que se realizan dentro del departamento de Mercadeo.

1.2 Datos generales de la organización

1.1.3 Reseña histórica

Organización Publicitaria S.A., OPSA, fue fundada el 26 de Octubre de 1964 por un grupo de empresarios hondureños entre los que destacó el visionario Jorge J. Larach, quien posteriormente se convirtió en socio mayoritario y presidente del Grupo Editorial. Desde entonces, ha sido sinónimo de publicaciones de prestigio, influencia y credibilidad.

Como el grupo más importante en comunicaciones impresas y plataformas digitales de Honduras, ha mantenido el liderazgo en circulación y penetración a nivel nacional con sus diarios La Prensa, El Herald y Diez, así como con publicaciones vanguardistas como revista Estilo y más recientemente, Honduras Tips.

Grupo Opsa reúne un conglomerado de productos editoriales y revistas de alta calidad como Mía, Amiga, Buen Provecho, Motores, Tecno, Casa y Hogar y Novias, que cubren la demanda de lectura y dan respuesta a las inquietudes de un amplio nicho de mercado que incluye amas de casa, hombres, niños y jóvenes. Además, se distingue por la organización de eventos de gran magnitud que se han convertido ya en una tradición como la Expo Bodas.

Opsa cuenta con presencia en internet a través de tres portales con una plataforma tecnológica multimedios de clase mundial; www.laprensa.hn, www.elheraldo.hn y www.diez.hn. Reconocidos como los pioneros en la plataforma digital y móvil, los sitios web de Grupo Opsa, son líderes absolutos de tráfico y audiencias.

Desde hace más de cuatro décadas, y fiel a los principios de su fundador, cada unidad de negocios de Grupo OPSA trabaja bajo los siguientes valores: informar, educar y formar con credibilidad, transparencia, innovación y con el único compromiso de defender la libertad de expresión, la democracia y la institucionalidad de Honduras.

Con una nueva imagen corporativa, el grupo seguirá avanzando y adaptándose a las exigencias del siglo XXI para consolidar su liderazgo en publicaciones impresas y ediciones digitales (OPSA, s.f.)

1.1.4 Misión

Somos una empresa multimedia que INSPIRA, INNOVA y CONECTA con audiencias, anunciantes y consumidores a través de su talento para transformar y servir a la sociedad (OPSA, s.f.)

1.1.5 Visión

Mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad con contenidos y servicios que CONECTAN, ENSEÑAN e INSPIRAN en todo momento (OPSA, s.f.)

1.1.6 Valores

Organización Publicitaria S.A. posee 6 valores para poder ser una mejor empresa:

- a. Valoramos a nuestros socios estratégicos
- b. Emprendemos e innovamos
- c. Reconocemos el talento & el trabajo en equipo
- d. Abrazamos el cambio
- e. Servimos a la comunidad
- f. Impulsamos la evolución digital (OPSA, s.f.)

1.1.7 Marcas

a) Diarios

Diario La Prensa

El diario más importante en la prensa hondureña, es conocido y considerado como el medio de comunicación más influyente en el país. Fundado en San Pedro Sula hace 53 años, Diario La Prensa, el Diario líder de Honduras, ha sido conocido por su objetividad, independencia, opinión imparcial y constante innovación. La Prensa tiene un amplio alcance que continúa creciendo gracias a su completa cobertura y la presentación de artículos tanto en temas serios de política y delincuencia como en temas de entretenimiento, deportes y salud (OPSA, s.f.)

Diario El Herald

Desde su creación hace casi 40 años en la ciudad de Tegucigalpa, Diario El Herald, ha sido una fuente de noticias independiente para los lectores en la zona centro-sur de Honduras. Como residente de la capital política del país, El Herald adopta una postura firme sobre la política y la economía, de una manera sin igual a la de cualquier otro periódico en el país (OPSA, s.f.)

Diario Deportivo Diez

Impreso por primera vez en 2006, El Diario Diez ha sido una antorcha para nuestra única y verdadera pasión deportiva, el fútbol! Los hondureños se reúnen alrededor de una sola cosa, el fútbol, la liga nacional de fútbol, italiano, inglés, español, la Copa del Mundo de fútbol o nuestra amada selección mayor, la H. Diez está garantizado para estar en la mezcla de deportes, en la conversación, online, offline, impresión, App, redes sociales o en vivo en el estadio (OPSA, s.f.)

b) Revistas

Revista Estilo

Posicionada como la reina de revistas de estilo de vida en la región, es pionera en su género, casi puede decirse que ha creado su categoría propia. Con una sola misión, ofrecer a hombres y mujeres una sofisticada visión del mundo y de las tendencias locales de moda, cultura y estilo de vida. Estilo ha ganado numerosos premios internacionales y siempre está siendo invitada a eventos de moda exclusivos a nivel mundial. Con su imagen innovadora y atemporal, Estilo se está adaptando continuamente al “espíritu de los tiempos”. Entretiene e inspira a los lectores trayendo a la vida historias que motivan y conduce a su audiencia a perseguir sus pasiones, amores, deseos y sueños (OPSA, s.f.)

Estrategia y Negocios

La revista de negocios líder en América Central, el Caribe y Panamá. Es la única revista de negocios regional que maneja en un 100% su contenido de forma original. Considerada como una herramienta de decisión esencial, utilizada por muchos de los principales hombres y mujeres empresarios de toda la región, es reconocida por ser la única fuente de análisis en profundidad sobre la región económica, financiera y política de entrelazados y negocios (OPSA, s.f.)

Buen Provecho

La primera y única revista mensual de Honduras, dedicada a la cocina nacional e internacional, se ha convertido en un título muy popular entre los amantes de la comida local. A través de su alta calidad gráfica, contenido artístico, y platillos personalmente preparados, Buen Provecho consigue unir a las familias hondureñas en el placer de cocinar y compartir buenos momentos alrededor de la mesa. La revista se esfuerza por incorporar recetas fáciles de seguir y hechas con ingredientes que pueden ser obtenidos fácilmente a partir de una matriz de diferentes marcas de publicidad (OPSA, s.f.)

Honduras Tips

Ha sido la guía oficial de turismo en Honduras durante los últimos 17 años. Más que una guía, Honduras Tips pretende ser la puerta por la que los viajeros pueden llegar a conocer el país en un nivel personal y más acogedor. La guía es un escaparate de todas las cosas buenas de Honduras, nuestra comida, nuestras tradiciones, nuestros lugares, nuestra forma de vida y todo lo que hace a Honduras única y sin igual (OPSA, s.f.)

c) Televisión**Go Tv**

Fue diseñado desde abajo hacia arriba para traer algo nuevo al mercado de la televisión hondureña. A fin de diferenciarse para audiencias y anunciantes, ha reunido un equipo talentoso y ha construido una empresa capaz de verdadera innovación, tanto en la pantalla como detrás de ella. Para traer la audiencia televisiva algo que lamentablemente faltaba en Honduras, entretenimiento (OPSA, s.f.)

Capítulo II

En el siguiente capítulo se presentan de una manera detallada las tareas realizadas durante la práctica profesional, estas tareas cumplen con el propósito de promover y gestionar las revistas de OPSA.

El área de mercadeo está conformada por el jefe de mercadeo quien maneja la relación con los clientes y presenta las propuestas de eventos y actividades que se realizan de acuerdo a la identidad de cada revista, y los ejecutivos de eventos quienes se encargan de las cotizaciones, revisar rentabilidad y hacer las presentaciones de venta en Power Point.

2.1.1 Desarrollo de presentaciones de venta y conceptualización de eventos

La tarea principal del área de mercadeo es realizar eventos junto con marcas patrocinadoras, en donde se exponga la marca de las revistas de Grupo OPSA y la de los patrocinadores. Los patrocinadores pagan un monto que es utilizado para la logística y planeación del evento, mientras también consiguen publicidad. Para conseguir la participación de ellos se realizan presentaciones de venta y se les explica todo el concepto y los beneficios.

Las presentaciones de venta consistían en realizar una presentación de Power Point, con información acerca del evento que se planeaba realizar con datos generales, costos, beneficios para marca y propuestas de valor. Esta se presentaba a los clientes para vender y explica el concepto y el por qué del evento, presentando beneficios para la revista y para los patrocinadores que quisieran formar parte del evento.

Algunas de las presentaciones que se realizaron en Power Point en conjunto con la jefa de Mercadeo y después fueron enviadas al departamento de Comercial para que se presentarán a los clientes potenciales fueron:

a. Tropical Brunch for a Cause by Estilo:

Se trabajó en la presentación de venta y se creó el concepto de Tropical Brunch for a Cause que fué la temática que los encargados de la revista Estilo escogieron para el año 2020, este es un desayuno en donde el total de la boletería es recaudado a beneficio de FUNHOCAM y a la Liga Contra el Cáncer.

b. Secret Parties MGD:

Se conceptualizó una fiesta “secreta” o sorpresa creada por Estilo junto con la marca de cerveza Miller, para un grupo de personas seleccionadas con las características y exclusividad que las dos marcas representan y creando experiencias por ambas partes para sus fieles clientes y consumidores, en este evento los detalles de la fiesta son relevados hasta el momento del mismo, de ahí su nombre.

c. Mother’s Day Fair:

Se trabajó la conceptualización de una feria para celebrar el día de la madre abierto a todo público, se contemplaron opciones de posibles lugares donde realizarla, propuesta de actividades a realizar durante el evento. Esta feria será un evento donde se encontrarán diferentes comercios y marcas como joyería, gastronómicos, artesanías, bisutería y entre otros. Para que las personas que asistan al evento puedan encontrar todo tipo de regalos y artículos para ese día.

2.1.2 Planificación y logística de eventos

Las revistas de Grupo OPSA, realizan un promedio de 40 eventos a lo largo del año para generar ganancias y mantenerse presente en la mente de sus clientes y suscriptores, esta es la tarea más grande del departamento de mercadeo en Grupo OPSA, para realizar dichos eventos se coordinó la marca de las revistas, se realizaron distintas cotizaciones, se aportaron ideas, se convocó a los medios de comunicación para dar cobertura, se realizó el arte de las invitaciones y se enviaron de forma digital por medio de WhatsApp y también en físico con una invitación exclusiva para clientes seleccionados, se brindó apoyo en el día del evento con la logística del mismo.

Algunos eventos que se planificaron fueron:

a. Galentine’s Food and Wine Pairing by Estilo y Banco de Occidente:

Los encargados de la revista Estilo y Banco de Occidente se unieron para realizar una cata de vinos , la cual se planificó desde cero, ya que era la primera edición de este evento, se realizaron las cotizaciones de inmobiliario, se contemplaron los costos, se escogieron y compraron diferentes artículos y materiales, se supervisó el montaje del evento, se recolectó información para base de datos de Estilo y se brindó apoyo durante el evento y se realizó la presentación de cierre. (Ver anexos, ilustración 1)

b. Mi Lonchera Favorita de Buen Provecho:

Buen Provecho es una revista parte de Grupo OPSA, con contenido gastronómico, recetas y tips para la cocina. El evento de cocina Mi Lonchera Favorita fué una clase especializada para aprender como hacer meriendas de una forma creativa. Para este evento se coordinó la marca, se cotizó inmobiliario, se brindó apoyo como maestra de ceremonia en el evento y se realizó presentación de cierre. (Ver anexos, ilustración 2)

c. Estilo MasterClass:

Se planificó la edición de Estilo MasterClass Makeup en la cual se coordinó marca y montaje, se compraron productos de maquillaje, se supervisó que todo surgiera según la agenda el día del evento y se brindó apoyo como maestra de ceremonia. (Ver anexos, ilustración 3)

2.1.3 Desarrollo de presentaciones de cierre

Las presentaciones de cierre contienen información del evento y datos generales: personas asistieron y lugar, fecha y hora en donde se realizó, una descripción del concepto del evento, imágenes de los stands de los patrocinadores, recopilación de la cobertura digital e impresa y notas editoriales. Las presentaciones de cierre se enviaron a los patrocinadores para animarles a participar en próximos eventos y plasmar como su marca fue expuesta en el evento. (Ver anexos, ilustración 4-9)

2.1.4 Realización de Mapa de Pauta

Como parte de las negociaciones con los clientes se realiza una calendarización de las pautas de publicidad que obtendrá el evento a realizar. El mapa de pauta es la calendarización de la publicidad de los eventos, ya sea digital o impreso, en cuadro de Excel, en donde se especifican las fechas claves en la que se dará publicidad al evento por medio de las redes sociales y el tamaño de pagina que ocupara en los diarios La Prensa y El Heraldó de forma impresa. (Ver anexos, ilustración 10)

Capítulo III

3.1 Propuesta 1: Nueva plataforma digital

3.1.1 Antecedentes

Grupo OPSA cuenta con revistas dirigidas a diferentes segmentos de mercados, que se pueden encontrar en formato impreso y digital; Estilo es dirigida a un segmento de clase alta y los interesados en el arte, cultura, moda y pasarelas; Buen Provecho es una revista dirigida a los amantes de la cocina que cuenta con diversas recetas y técnicas; Honduras Tips es una guía con destinos turísticos, restaurantes hoteles y consejos para viajar dentro de Honduras; Diez es una revista dirigida a los amantes del deporte.

Durante la práctica profesional se pudo observar que hay revistas enfocadas en diferentes temáticas pero que falta un espacio que se dirija o se permita conversar acerca de temas políticos en la actualidad, en Honduras no existen instituciones a nivel de educación superior para formar a los hondureños sobre estos temas que son de mucha importancia.

En el periódico se encuentra la sección de “Editorial”, en esta sección, se encuentra una opinión o exposición sobre un tema de importancia o de auge, por parte del editor o de los editores del mismo periódico, es una opinión colectiva en donde muchas veces se expresan temas de interés político, pero no basta para tomarlo en cuenta como una plataforma política de importancia, no existe otra columna en donde los expertos puedan discutir temas políticos.

Una sociedad con formación política tiene participación y vigilancia permanente impiden la corrupción, y mejoran los servicios públicos, en este sentido ejercen su corresponsabilidad y no dejan solo al Estado, también se incrementa el compromiso cívico con su entorno, el resultado de esto es la ampliación de la democracia. (Luna, M. 2017)

La sociedad en los países latinoamericanos y específicamente en Honduras, tienen poco conocimiento y participación en la política, esto genera crisis políticas y es muy difícil conseguir la consolidación del Estado de derecho lo que hace difícil tener sociedades en donde exista la democracia total, si existiera una participación más activa en la política otro sería el panorama.

El uso de las redes sociales tiene un papel importante en la sociedad actual, y por medio de ellas han surgido propuestas e ideas por parte de jóvenes hondureños que tienen el deseo de informarse y discutir acerca de temas políticos, sea por que esta relacionado con la carrera

universitaria que escogieron y se desempeñaran como expertos en esta área, o por interés personal. El milenio y Espacioh.org son plataformas digitales con presencia en redes sociales y con páginas web de libre expresión para jóvenes creados por los mismos jóvenes, en donde publican artículos y columnas con diferentes opiniones y perspectivas del mundo político. La idea y el concepto son una gran iniciativa, sin embargo no son un espacio formal y conocidos a nivel nacional como lo son las plataformas de Grupo OPSA, por eso se encuentra una gran oportunidad para que la organización tome en cuenta estos temas y se realice una plataforma, ya que es importante que la población hondureña se mantenga educada e informada sobre estos temas.

3.1.2 Descripción de la propuesta

La política forma parte del entorno de todas las personas y de los países del mundo, es lo que, junto con la economía y la población mantiene a una nación, es importante entonces, que se le dé la importancia que amerita para que todos esten informados, y cada vez se formen más expertos sobre temas de política, que compartan sus conocimientos.

El hondureño tiene acceso a todo tipo de información gracias a las plataformas de Grupo OPSA, parece conveniente crear entonces, un espacio formal para elevar la conciencia sobre temas políticos en la población, sin generar controversia y caos, como normalmente sucede cuando en las redes sociales se hablan de este tipo de temas, ya que la información pasa sin ningún filtro ni parámetros.

Con esta nueva plataforma la empresa se dirigirá hacia otro tipo de segmento, ganando más fuerza y generando más fidelidad de sus lectores. Sería únicamente digital con el objetivo de hacer uso del internet que es uno de los recursos más importantes ahora en día y de mantenerse innovadores, esta propuesta se puede monetizar, es decir, generar una ganancia, creando contenidos que llamen la atención del público y así se puedan vender mensajes publicitarios, lo que beneficiará a la empresa, cabe destacar que este espacio no será para apoyar a partidos políticos, ni líderes políticos en específico, si no, en donde se puedan publicar artículos redactados por politólogos y expertos en temas de política exterior y nacional, leyes, economía internacional entre otros y discutir su opinión bajo ciertos lineamientos, foros para discutir sobre el mismo tema, noticias relevantes y de interés sobre política para empoderar a los hondureños y que su opinión formal sea escuchada, así también gestionar la realización de eventos y foros/conferencias presenciales relacionado con la misma temática.

La mayoría de los ingresos que la empresa (específicamente el departamento de Mercadeo) obtiene son por medio de la publicidad que se da a otras organizaciones y empresas por medio de eventos que después son pautados en el periódico impreso, es por medio de esto que las empresas se dan a conocer en el mercado y logran plasmar su marca, por eso creando eventos en donde se podrán discutir temas políticos, también conseguirá generar activos para la empresa.

El mantenimiento mensual de las plataformas es de vital importancia, para refrescar de modo que sea amigable para el usuario, este mantenimiento también está contemplado en el precio estipulado por la creación de la plataforma digital.

Se realizó una cotización con una empresa externa de lo que representaría la inversión para creación de una plataforma digital más el mantenimiento y dominio de la página. El costo es de L.13,900 lps + ISV. En este caso las publicaciones y el manejo lo haría la empresa a la que se contrataría y las publicaciones serán revisadas por el área de redacción de Grupo OPSA. (Ver anexos, ilustración 11)

Si la plataforma es creada por un empleado de Grupo OPSA, la persona indicada para hacerlo es alguien del área de diseño gráfico, esta persona gana un estimado de L.20,000.00 al mes, tomando en cuenta que trabaja 5 días de la semana por 8 horas por día, gana L.125.00 por hora, se estima que diseñar una página web le tomaría 20 horas ya que los empleados del área de diseño gráfico tienen otras tareas asignadas, el costo total para la empresa sería de L.2,500.00 lps. Las publicaciones son revisadas por el área de redacción.

Lo más recomendable es que la plataforma sea creada por un empleado de Grupo OPSA, ya que el costo de que una persona ya contratada por la empresa realice este trabajo es menor y no representa mayores gastos para la empresa.

3.1.3 Impacto de la propuesta

Con el objetivo de abarcar a un segmento de mercado más amplio y de fortalecer la fidelidad de sus clientes, se recomendó crear una nueva plataforma digital para dar espacio a un tema de interés de la mayoría de hondureños, y así educar al lector sobre todo lo que conlleva la política, permitirles interactuar y aprender. La implementación de esta nueva plataforma representa una inversión, ya que genera un gasto pero también generará ingresos

Por dar un espacio publicitario a las empresas que desean que su marca sea expuesta, Grupo OPSA cobra un monto de L.17,000 mensuales por presencia en las páginas web de La Prensa, Estilo y Diario Diez, como esta plataforma es totalmente nueva y no tiene tantas visitas diarias se estima que se cobraría aproximadamente un monto de L.3,400 mensuales, si 10 empresas pagan este espacio publicitario la ganancia será de L.34,000 mensuales, ya que Grupo OPSA es una de las organizaciones publicitarias más fuertes en el país, aun que la plataforma sea nueva llamará la atención de diversos clientes, y con el tiempo aumentará su fuerza.

Se pretende que sea una propuesta innovadora tanto para el cliente como a la empresa, ya que será el primer espacio formal relacionado con esta temática, ya que ningún otro grupo de revistas cuenta con una plataforma de esta índole, en donde el lector pueda optar a publicar sus artículos y estudios y también tener la oportunidad de recibir información e interactuar.

Al establecer nuevas alianzas con patrocinadores que puedan participar en el tipo de eventos que esta plataforma pretende realizar, generará un impacto económico que permitirá a la marca seguir creciendo, estas ganancias dependerán de cuantos eventos se logren realizar, la magnitud y el alcance de los mismos.

La idea central, es hacer que sea un entorno virtual amigable con diversas funciones y ventajas, como la participación de múltiples personas, ahorro de dinero ya que no se tendrá que imprimir, y construir una comunidad educada en este tema.

3.2 Propuesta 2: Mejorar página web de Honduras Tips

3.2.1 Antecedentes

Honduras Tips es una de las revistas más importantes de Grupo OPSA, es la guía oficial turística en Honduras con información acerca de la industria del turismo y promoción del mismo y recopilación de información por expertos en el área. A pesar de salir impresa esporádicamente con ediciones especiales, su fuerza se encuentra mayormente en su página web y presencia en redes sociales, en donde se pueden encontrar diferentes secciones desde recomendación de destinos turísticos dentro de Honduras, hoteles, restaurantes, transporte, artículos y demás.

Durante el período de práctica profesional, se pudo denotar que la página web es el medio por el cual la revista se dirige al público, tratando de adaptarse a un mundo moderno y facilitarle al turista nacional y/o extranjero para cuando se encuentre realizando actividades de

turismo, pueda desde su dispositivo móvil encontrar las recomendaciones de la guía oficial del turismo en Honduras.

La información en la página web actual se actualiza mensualmente pero no parece suficiente, de esta tarea se encarga el área de redacción, también se encargan de mantener actualizadas las páginas web de las demás revistas y la carga de trabajo es mucha, la página web podría ser más amigable al usuario, el diseño y el formato podrían mejorar incorporando nuevas secciones que serán de interés para el hondureño, con la mejora de la página también podrán posicionar de una mejor manera a la revista ante el turista extranjero, si se logra mejorar llamará la atención de mas empresas quienes querrán tener un espacio publicitario en el sitio web y esto incrementara las ganancias de la empresa.

3.2.2 Descripción de la propuesta

Todas las marcas de revistas de Grupo OPSA cuentan con sitios web y presencia en redes sociales, ya que en la actualidad es vital para una empresa u organización extender sus audiencias a diversas plataformas.

Honduras Tips, una de las marcas más grandes de Grupo OPSA, debería de contar con una página web innovadora y fresca, es por eso que se propone hacer una modificación de la página, con diseños más amigables al usuario y que inciten a querer visitar la página por su facilidad de uso, fotografías profesionales para la galería de fotos.

Las secciones actuales que se pueden encontrar en la página web de Honduras Tips son: hoteles, restaurantes, transporte, actividades, destinos, artículos, newsletter. A la página se agregarían nuevas secciones que se consideran son importantes para el turismo hondureño y que se deberían de resaltar a nivel nacional e internacional. Una de las secciones que se agregarían sería una sección de medio ambiente, en la cual se presenten logros medio ambientales dentro del país, recomendaciones y tips a seguir para cuidar el medio ambiente de las regiones donde se realiza turismo y de esta manera conservarlos, la importancia de cuidar el medio ambiente y reflejar responsabilidad social empresarial por parte de la empresa al incentivar a esta actividad. (Ver anexos, ilustración 13)

El talento es uno de los atributos del hondureño, es por eso que resulta importante resaltarlo, ya que se pueden encontrar diversas muestras de ello alrededor del país al momento de realizar turismo interno, ejemplos de esto son los grupos étnicos que todavía conservan su identidad y patrimonio practican danzas y bailes en los pueblos al interior del país, cantantes y

compositores hondureños que se presentan en diferentes sitios a cantar, pintores con sus obras de artes, joyeros y artesanos, fotógrafos, entre otros, lo cual hace la página web más atractiva para visitar. Se propone que se haga una actualización de la información en la página web cada semana para que así los lectores estén al tanto de los hechos novedosos del área de turismo y temas relacionados.

Para modificar el sitio web se realizó una cotización con una empresa externa para contemplar el costo que esto representaría, el costo es de L.4,500 +ISV con opción a tener un plan de mantenimiento cuando la empresa así lo solicite. (Ver anexos, ilustración 12)

Si el sitio web es modificado por un empleado de Grupo OPSA la persona indicada para hacerlo es alguien del área de diseño gráfico, esta persona gana un estimado de L.20,000 al mes, tomando en cuenta que trabaja 5 días de la semana por 8 horas por día, gana L.125 por hora, ya que los empleados de diseño gráfico tienen múltiples tareas ya asignadas, se estima que tardaría. Actualizar la página le tomaría 5 horas a la semana, el costo total sería de L.2,500, cabe resaltar que no representa un gasto adicional para la empresa, por que el sueldo del empleado ya está contemplado, sin embargo, se delegan muchas tareas a esta área y por eso no es eficiente el trabajo.

3.2.3 Impacto de la propuesta

Con la renovación de la página web se pretende que la marca se reinvente y que se conserve su prestigio, también, se consigue generar ganancias por medio de la publicidad que se publique, ya que esta es la forma de generar ganancias. Por medio de Honduras Tips se promueve el turismo en Honduras, y siendo este una de las fuerzas de la economía hondureña, resulta beneficioso para todos. Por cada espacio de publicidad vendido, se genera un monto entre L.15,000.00-20,000.00 esto va a variar dependiendo de cuantas marcas se promocionen, si 10 empresas obtienen un espacio publicitario, la ganancia sería de L.150,000-200,000 al mes.

El impacto trascenderá en muchos aspectos, ya que se pretende apoyar el talento hondureño y poner en alto el nombre de estas personas, así como el de la empresa y el de Honduras, se espera que se puedan formar alianzas con Marca País y realizar actividades en conjunto como concursos en línea y en las redes sociales, conferencias de turismo, eventos culturales , y trabajar en conjunto con fines similares.

La importancia de mantener la página web de Honduras Tips actualizada y amigable para el usuario es de suma importancia, ya que la revista se imprime solo en ciertas ocasiones con ediciones especiales, los lectores se mantendrán fieles a la revista por que estarán a la expectativa de la nueva información que publicarán mensualmente y no les resultara tedioso usar el sitio web.

Capítulo IV

4.1 Conclusiones

Se desarrollaron dos propuestas de mejora identificando oportunidades en cuanto a las plataformas digitales con las que Grupo OPSA cuenta.

Grupo OPSA es una de las empresas de medios de comunicación más importante en el país, por eso, la responsabilidad que tiene con el público receptor es grande y debe innovar constantemente sus procesos y marcas.

Se determinó que es importante evaluar y renovar constantemente las páginas web de las diferentes marcas pertenecientes a Grupo OPSA, ya que son el medio por el cual su público conecta con ellos.

Se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria en cuanto a temas políticos, relaciones públicas, protocolo, y se desarrollaron habilidades y destrezas de trabajo.

El desarrollo de la práctica profesional permitió adquirir nuevos conocimientos y una experiencia directa en el campo laboral, y explorar nuevas áreas dentro de una organización.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

Se recomienda a la empresa contratar a largo plazo a expertos que brinden servicios de mantenimiento de páginas web y redes sociales para que estos costos ya estén contemplados en las planillas mensuales y no representen un gasto adicional, así consiguen tener más expectadores y generar más ganancias. En cuanto a empleados la empresa debe de contratar a largo plazo para el área de mercadeo y eventos ya que están cortos en cuanto a personal, y se delegan a una sola persona muchas tareas, y de esta manera es más difícil que cumpla con eficiencia todas las asignaciones.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

Se recomienda a la institución proporcionar oportunidades en empresas para realizar pasantías y poner en práctica los conocimientos, desde antes de llegar a la práctica profesional, ya que, muchos estudiantes llegan a la práctica profesional sin experiencia anterior de trabajo, y es difícil desarrollar habilidades y destrezas en un período de tres meses. Es importante que estas oportunidades sean de acuerdo al área según cada carrera, en el caso de Relaciones Internacionales, crear alianzas con empresas relacionadas a temas internacionales, políticos, relaciones públicas, comercio internacional, entre otros.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes

Se recomienda a los estudiantes realizar un análisis profundo de las áreas débiles de la institución para poder brindarles oportunidades de mejora de acuerdo a sus necesidades más importantes, de manera que se cumpla el objetivo principal de esta organización que es la interacción entre los clientes y las revistas mientras se consigue la fidelidad de sus lectores.

También se recomienda identificar cuales son las áreas en las que se pueden poner en práctica lo aprendido en la carrera de Relaciones Internacionales dentro de la organización para no perder la línea de aprendizaje.

Glosario

1. Cata de vinos: Probar con atención distintos tipos de vinos para apreciar sus cualidades, escriben sus impresiones y asignan puntaje. (Baeza, C, 2000)
2. Cotización: Establecer o estimar un precio.
3. Editorial: Del editor, o de la edición, relacionado con ellos. (Pérez, P. J. , Merino, M, 2009)
4. Guía turística: es un libro para turistas o viajeros que proporcionan detalles sobre una localidad o área geográfica, un destino turístico o un itinerario en particular. (Honduras tips,2020)
5. Mapa de pauta: Calendario con fechas, tamaños y medio en el que se publicará la publicidad ya sea impreso o digital.
6. Masterclass: una clase, a un taller o a un seminario dictado por expertos en un tema específico.
7. Montaje: Acción de armar y/o ajustar las piezas o los elementos de algo.
8. Plataforma digital: Soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet.
9. Presentacion de cierre: Presentación digital en donde se exponen todos los detalles de un evento realizado.
10. Publicidad: Difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc., con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto. (Word Reference, 2020)

Bibliografía

1. García del Castillo, J. (2009) Medios de comunicación, publicidad y adicciones, Madrid, EDAF.
2. Humanos, R. (s/f). Inicio. GRUPO OPSA. Recuperado el 25 de febrero de 2020, de <http://www.go.com.hn/>
3. Alachán, A. (21 de febrero de 2020) Noche entre amigas. Recuperado el 26 de febrero de 2020, de <https://www.revistaestilo.net/>
4. Mi lonchera favorita (26 de febrero de 2020). Recuperado el 26 de febrero de 2020, de <https://buenprovecho.hn/>
5. Murillo, L.A (27 de febrero de 2020). Masterclass Makeup. Recuperado el 29 de febrero de 2020, de <https://www.revistaestilo.net/>
6. Luna, M. (29 de abril de 2017) Educación Política. Recuperado el 9 de abril de 2020, de <https://www.elcomercio.com/>
7. Baeza, C. (2000) Gran atlas del vino. Madrid: Lisba.
8. Pérez, P. J. , Merino, M. (2009) Definición de editorial. Recuperado el 1 de marzo de 2020, de <https://definicion.de/editorial/>
9. Honduras tips (s/f) Recuperado el 25 de febrero de 2020, de <https://www.hondurastips.hn/>
10. Word Reference (s/f) Recuperado el 26 de febrero de 2020) , de <https://www.wordreference.com/>
11. Pérez, P. J. , Merino, M. (2009) Definición de cotización. Recuperado el 1 de marzo de 2020, de <https://definicion.de/editorial/>

Anexos

Ilustración 1: Montaje cata de vinos Revista Estilo y Banco de Occidente



Ilustración 2: Clase de cocina por Revista Buen Provecho



Ilustración 3: Masterclass por Revista Estilo



Ilustración 4: Presentación de cierre

AutoSave OFF Presentation de cierre galentine's - Saved to my Mac

Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View

Paste Cut Copy Format New Slide Section Layout Reset

B I U X² x³ A^V Aa | A A A

Convert to SmartArt Picture Shapes Text Box Arrange Quick Styles Shape Outline Design Ideas

1 Galentine's Food and Wine Pairing Estilo

2 Estilos

3

4 Gradualidad del aceite Estilo

5 Concepto Estilo

6 Inclusión Digital Estilo

Presentación de cierre
Galentine's
Food and Wine
Pairing

Estilo

Click to add notes

Slide 1 of 26 English Notes Comments 120%

Ilustración 5: Presentación de cierre

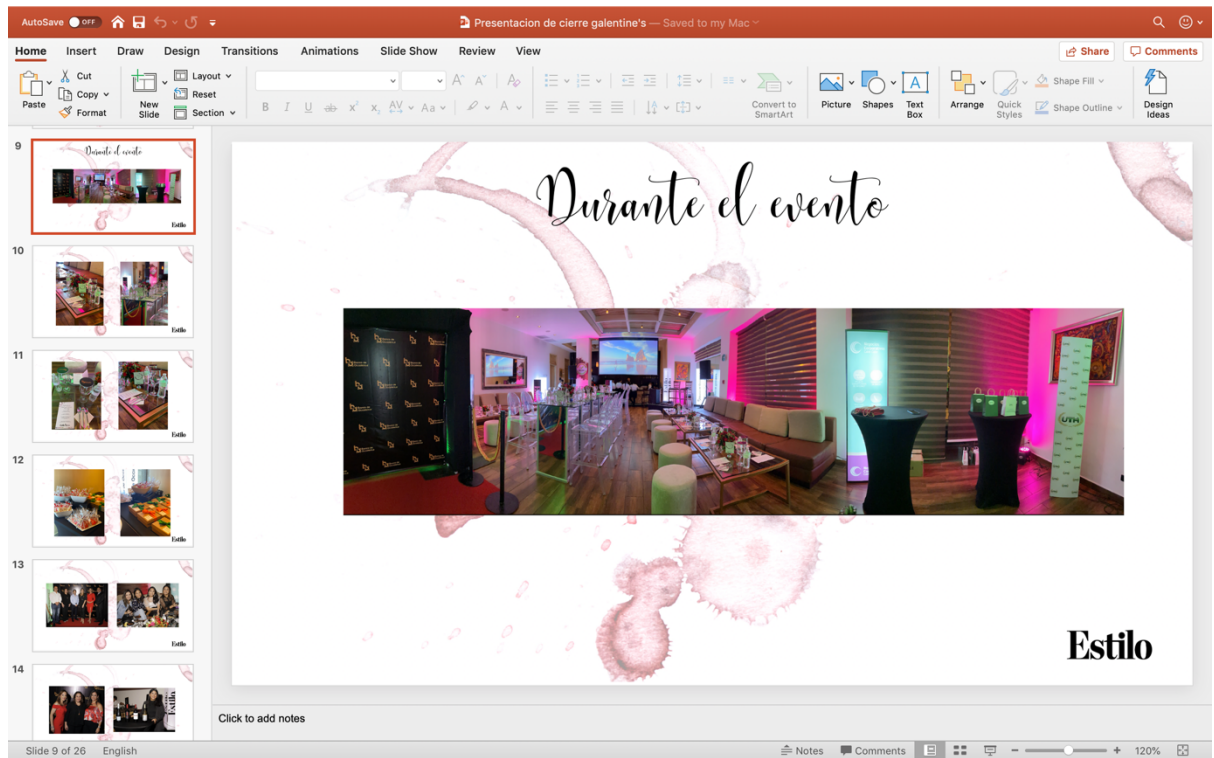


Ilustración 6: Presentación de cierre

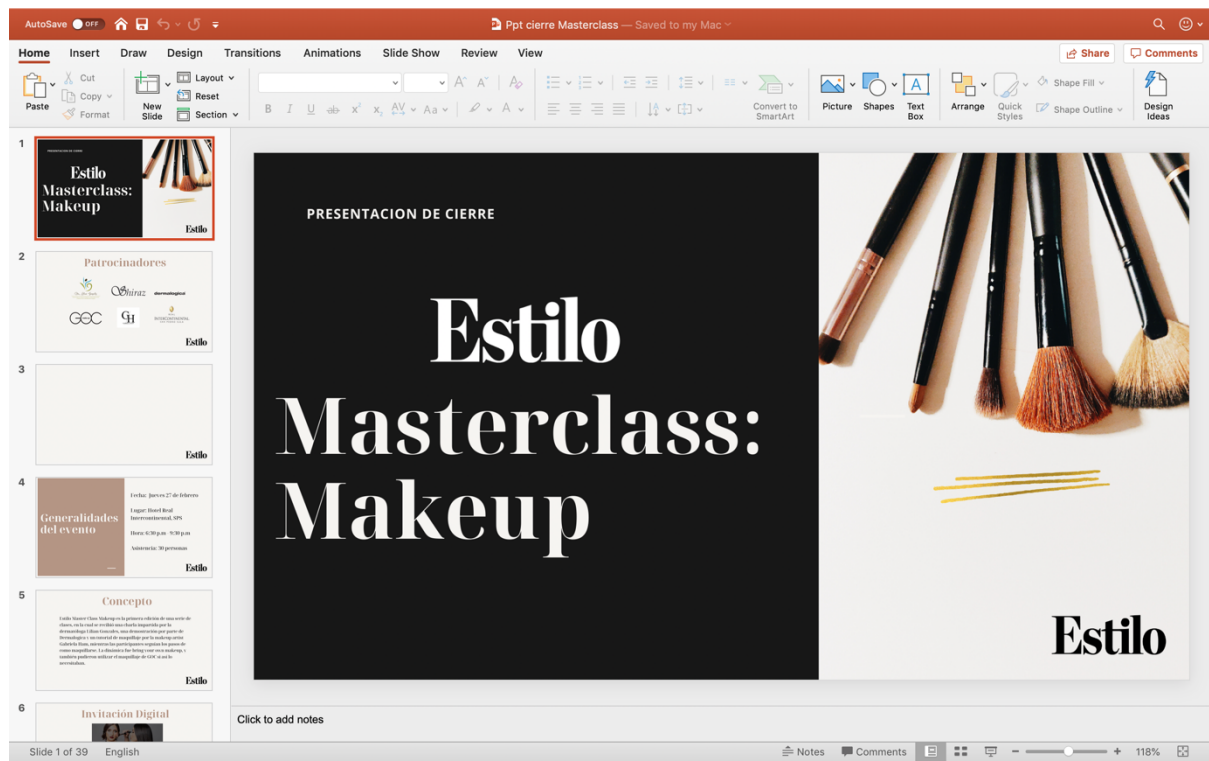


Ilustración 7: Presentación de cierre

The screenshot shows a PowerPoint slide titled "Nota editorial en Estilo posterior al evento". The slide content is as follows:

Un éxito la primera edición de Estilo Master Class Makeup

Una noche para aprender a maquillarse para el día y la noche, siguiendo lineamientos y enseñanzas de la piel de manos de expertas.

Por Sandra Escobar

10/24/2020

El salón Real del hotel Real Intercontinental fue elegido para la celebración de la primera **Estilo Master Class Makeup**, impartida por la makeup artist Gabriela Ham.

Un escenario tipo conferencia con mesas y sillas fue ambientado para la master class, donde las invitadas tenían a su alcance los productos para poder aprender cómo retirar el maquillaje del rostro, cómo prepararlo para el maquillaje y por último como realizar una rutina de maquillaje natural para el día y también para la noche.

También te puede interesar: [Maquillate como una profesional](#)

Antes de las clases las invitadas degustaron de la exquisita selección de quesos y jamones, frutas frescas y frutos secos.

The slide also features a "Click to add notes" button at the bottom left and the "Estilo" logo at the bottom right.

Ilustración 8: Presentación de cierre

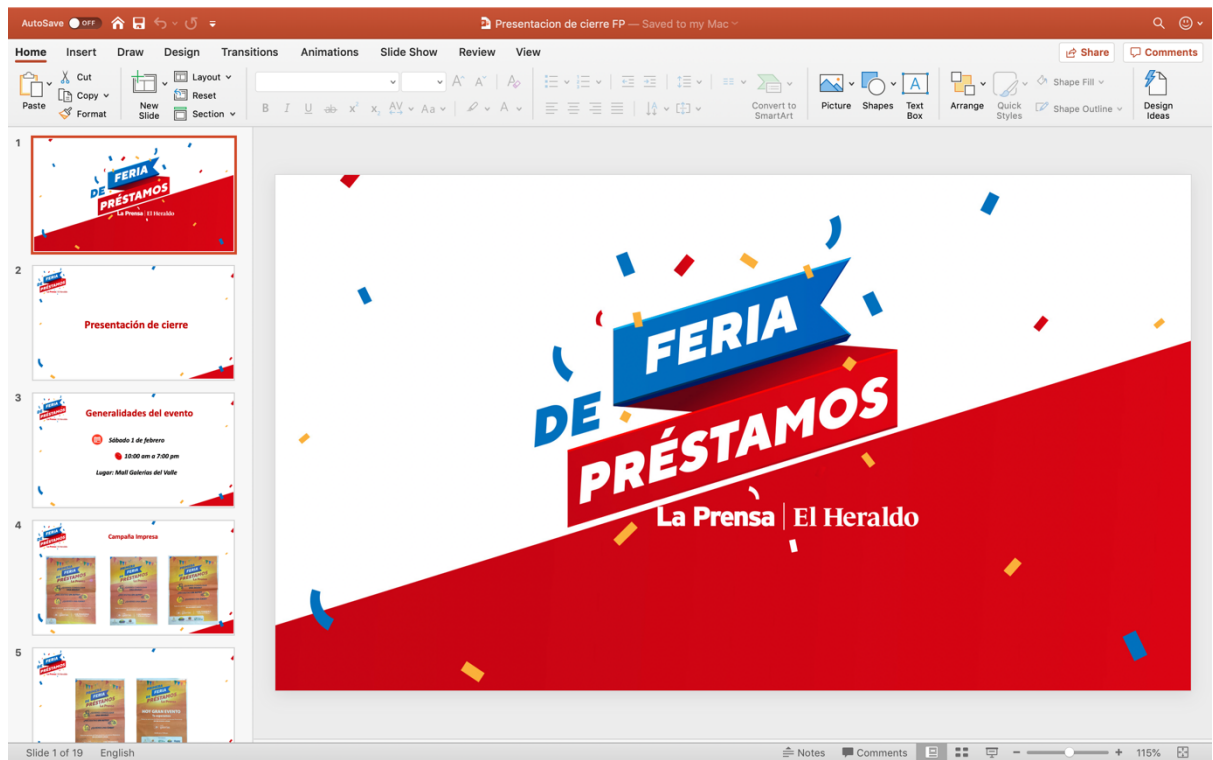


Ilustración 9: Presentación de cierre

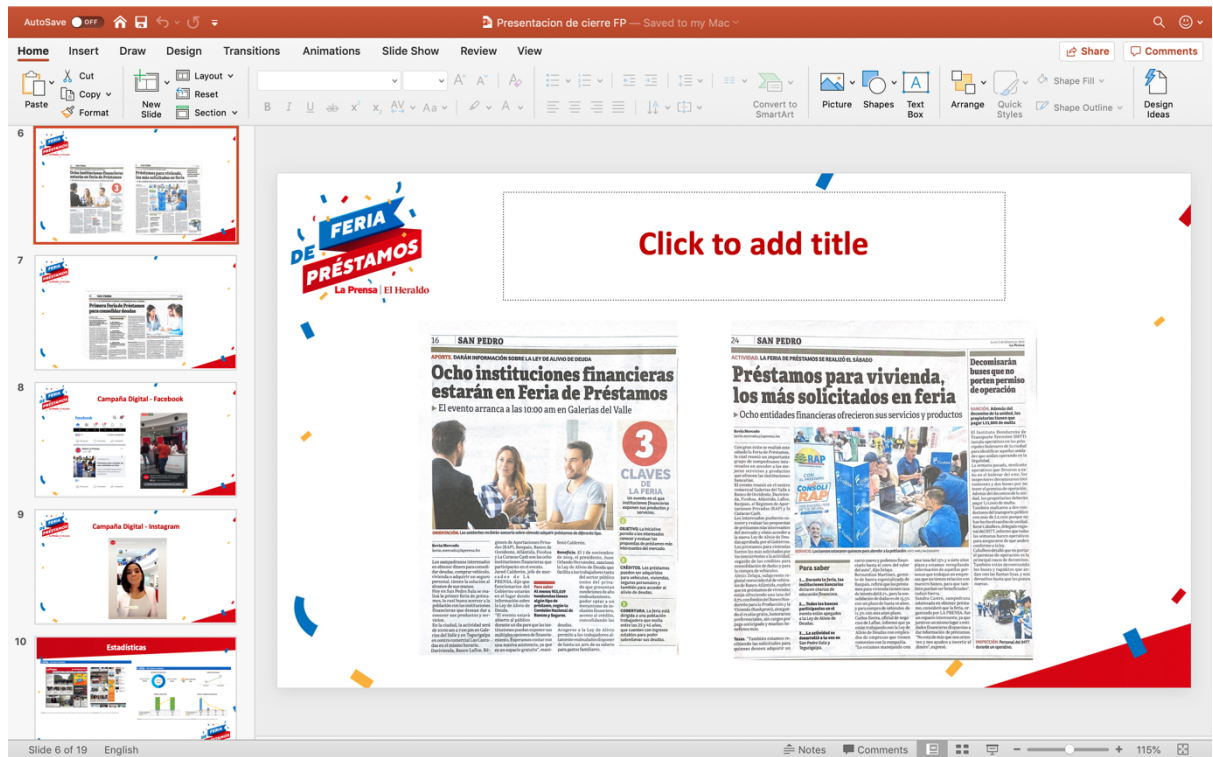


Ilustración 10: Mapa de pauta

PAUTA DIGITAL E INSTITUCIONAL MERCADO						
DOMINGO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
1	2	3	4 CREAR EVENTO EN FB	5 MAILING BASE DE DATOS BUEN PROVECHO	6 F6 LA PRENSA	7 F6 LA PRENSA
8	9 POST EN IG POST EN FB F6 LA PRENSA	10 INSTASTORIES	11 F6 LA PRENSA	12	13 F6 LA PRENSA	14 F6 LA PRENSA
15	16 F6 LA PRENSA	17 POST EN IG POST EN FB	18 INSTASTORIES F6 LA PRENSA	19 MAILING BASE DE DATOS BUEN PROVECHO	20 F6 LA PRENSA	21 F6 LA PRENSA
22	23 POST EN IG POST EN FB F6 LA PRENSA	24	25 POST EN FB F6 LA PRENSA	26 MAILING BASE DE DATOS BUEN PROVECHO	27 INSTASTORIES F6 LA PRENSA	28 F6 LA PRENSA
29	30	31	1	2	3	4

Ilustración 11: Cotización creación de plataforma digital

6 calle, 15 ave, Barrio Suyapa.
San Pedro Sula, Cortés.
hn.eleva@gmail.com
 ☎ 2509-1213 📞 9535-6091
 📱 /Elevahn 📷 @elevahn



COTIZACION

COTIZACION#: 000134
 GRUPO OPSA

- Desarrollo y creación de página web para (Grupo Opsa)
- La página web tendrá un tamaño de al menos 6 hojas (Sugeridos por el Cliente), se pedirá una referencia de página web.
- Incluye los artes y banners necesarios para la página web, las fotografías para la galería las provee el cliente.
- Incluye hacer el enlace de las redes sociales con la página web.
- El cliente provee la información de los productos y de la empresa a su gusto.
- Subir artículos y crear secuencias de foros.
- Seguidamente puede optar a un plan de mantenimiento mensual, Actualizaciones de productos, cambios de imágenes, cargar imágenes, crear nuevos banners o diseños etc.
- El costo de Host+Dominio web y dominio de correo es de L6,000. Estos costos SERAN REFLEJADOS EN EL TOTAL.

INVERSIÓN TOTAL ————— L. 13,900+ISV

Ilustración 12: Cotización modificación de página web Revista Honduras Tips

6 calle, 15 ave, Barrio Suyapa.
San Pedro Sula, Cortés.
hn.eleva@gmail.com
☎ 2509-1213 ☎ 9535-6091
f/Elevahn @elevahn



COTIZACION

COTIZACION#: 000135
GRUPO OPSA

- Modificación sitio web <https://www.hondurastips.hn/> (Grupo Opsa)
- Se actualizará información estructura web y grafica según el cliente la requiera.
- Incluye los artes y banners necesarios para la página web, las fotografías para la galería las provee el cliente.
- Incluye hacer el enlace de las redes sociales con la página web.
- El cliente provee la información de los productos y de la empresa a su gusto.
- Seguidamente puede optar a un plan de mantenimiento mensual, Actualizaciones de productos, cambios de imágenes, cargar imágenes, crear nuevos banners o diseños etc.

INVERSIÓN TOTAL ————— L. 4,500+ISV

Ilustración 13: Actual página web de revista Honduras Tips

Honduras Tips - La Guía Oficial de Turismo en Honduras

HOTELES RESTAURANTES TRANSPORTE ACTIVIDADES DESTINOS ARTÍCULOS NEWSLETTER REVISTA

Honduras Tips
La guía oficial de turismo en Honduras

¿Para dónde va? Tipo de negocio Buscar

¿Qué quiere buscar?

Hoteles Restaurantes Transporte Artículos

Lo mejor de Honduras

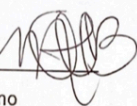
Acompáñenos en las mejores experiencias de esta tierra cinco estrellas

5 pueblos pintorescos que conservan las memorias nostálgicas

Jóvenes recaudan fondos para comprar insumos para el Hospi-

Yo Milany Hernández, con número de cuenta 271169 certifico que el informe elaborado como requisito de mi práctica profesional previo a la examinación del comité evaluador de la carrera de Relaciones Internacionales ha sido redactado en base a experiencias personales y doy fe que no ha sido copiado parcial o totalmente del trabajos anteriormente presentados, excepto aquellas partes que han sido debidamente citadas y cuyos autores han sido reconocidos dentro del texto de mi informe.

Habiendo dado fe de lo anterior, me someto a las sanciones contempladas en el Reglamento de Disciplina, según lo establecido en el artículo 16: "En el caso de fraude en exámenes y plagio en trabajos, tareas, investigaciones o proyectos, se sancionará además con la anulación total de su valor". Remitiéndose al Comité de Ética para la firma del acta correspondiente por falta grave, aceptando matricular proyecto de graduación en el período siguiente.

Milany Hernández 

Nombre y Firma del alumno