

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

BAC CREDOMATIC

SUSTENTADO POR:
VALERY NICOLE GARCÍA BONILLA

11841027

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL E INTELIGENCIA DE
NEGOCIOS

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C. A.

FECHA: DICIEMBRE, 2022

DEDICATORIA

Le dedico este triunfo primeramente a Dios por darme el privilegio y la oportunidad de poder culminar esta etapa de la vida la cual es de suma importancia para mí, por ayudarme a lo largo de la carrera y darme la inteligencia que necesitaba para convertirme en una profesional de éxito.

También se lo dedico a mi familia en especial a mi mamá y mi papá quienes son la razón de mi existir los que me apoyaron desde el inicio de la carrera y me dan un ejemplo de responsabilidad e inspiración de nunca rendirme y dar lo mejor de mí misma.

A Miguel Blanco y Lorena Amaya por ayudarme y apoyarme cuando más lo necesitaba, por esas risas que no faltaron a lo largo de esta vida universitaria, los recuerdos que construimos juntos me lo llevo por siempre en el corazón.

Y a UNITEC por darme la mejor educación que un alumno puede pedir, formando profesionales de éxito para una Honduras mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a BAC Credomatic por abrirme las puertas siendo una institución de alto nombre y darme la oportunidad de poner en práctica todo lo que pude aprender a lo largo de mi vida universitaria. También por hacerme sentir parte de ellos y tomarme en cuenta en los eventos y responsabilidades que surgían dentro de la Vicepresidencia de Mercadeo y Comunicación.

Agradezco a la Lic. Valeria Ríos, por decirme que si cuando solicité de su apoyo y aceptación dentro de su departamento. Y de último, pero no menos importante a todo el equipo del área de Sostenibilidad y Comunicación por darme un espacio en su equipo de trabajo y tomar en consideración cada una de mis sugerencias con el fin de una continua mejora para BAC Credomatic.

Valery Nicole García Bonilla

ÍNDICE

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	V
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE ANEXOS	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I. GENERALIDADES	5
1.1 Objetivo General	5
1.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 Misión	6
1.4 Visión	6
1.5 Valores	6
1.6 Propuesta de Valor de BAC	6
1.7 Tipo de Estructura y Organigrama.....	8
1.8 Productos y/o Servicios.....	9
1.9 FODA Estratégico.....	10
1.10 Identificación de Problemas	11
CAPÍTULO II. ACTIVIDADES REALIZADAS	12
2.1 Realizar Reportes de las Relaciones Publicas del Banco.....	12
2.2 Realizar Presentaciones de Valor de las Relaciones Públicas	13

2.3 Verificar presencia de marca en eventos asociados con BAC	15
2.4 Brindar y supervisar capacitaciones de educación financiera.....	16
2.5 Ingresar solicitudes de arte de diferentes áreas del banco.....	17
2.6 Realizar Calendario de Eventos del último trimestre 2022.....	18
2.7 Realizar comunicados de prensa sobre diferentes productos o actividades	19
CAPÍTULO III. IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTAS E IMPACTO DESEABLE	20
3.1 Propuesta de Mejora.....	20
3.1.1 Implementar Power Bi en los datos de los medios de comunicación	20
3.1.2 Implementación de Campaña para el programa Yo Me Uno.....	23
3.2 Impacto de la Propuesta de Mejora.....	26
3.2.1 Impacto de Mejora con la Implementación de Power Bi.....	26
3.2.2 Impacto de Propuesta de Mejora con la Campaña Publicitaria.....	29
3.3 Propuesta a Desarrollar	31
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
4.1 Conclusiones	34
4.2 Recomendaciones.....	35
BIBLIOGRAFÍA	37
GLOSARIO	38
ANEXOS	39

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipo de Estructura.....	8
Ilustración 2 Árbol de Problemas del departamento de Mercadeo y Sostenibilidad.....	11
Ilustración 3 Reportes de Relaciones Públicas	12
Ilustración 4 Presentación de PR Value.....	14
Ilustración 5 Presencia de Marca	15
Ilustración 6 Capacitaciones Financieras.....	16
Ilustración 7 Plataforma de seguimiento de artes	17
Ilustración 8 Calendario.....	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 FODA Estratégico de BAC CREDOMATIC	10
Tabla 2 Agenda de implementación de Power Bi.....	22
Tabla 3 Agenda para relanzamiento de campaña Publicitaria.....	25
Tabla 4 Comparación Actual vrs Implementación Propuesta Power Bi	28
Tabla 5 Impacto Económico para Bac Credomatic	28
Tabla 6 Comparación actual vrs implementación propuesta Campaña Publicitaria	29
Tabla 7 Impacto económico para bac Credomatic Campaña Publicitaria	30
Tabla 8 Cronograma Actualizado para la implementación de Power BI	31
Tabla 9 Indicador de tiempo actual vrs Tiempo con la Implementación de la Herramient..	33

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Descripción de Puesto	39
Anexo 2 Dashboard de Publicaciones del mes de agosto 2022	40
Anexo 3 Dashboard de Medios del mes de agosto 2022	40
Anexo 4 Cotización de Power BI Capacidad premium	40

RESUMEN EJECUTIVO

En dicho informe se detalla y explica tanto las actividades realizadas como las propuestas de mejora que se dio en la práctica profesional. La práctica profesional se llevó a cabo en la reconocida institución financiera BAC Credomatic en la vicepresidencia de Mercadeo y Comunicación dentro del área de Comunicación Corporativa con la supervisión de Carlos Sánchez Analista Senior y Cristha Maradiaga Ejecutiva de Relaciones Corporativas, durante el segundo semestre del 2022. El informe ha sido realizado con el propósito de brindar oportunidades de mejora bajo lo aprendido a lo largo de los cuatro años de la carrera universitaria y lo observado en las actividades realizadas en la práctica profesional. Dicha propuesta de mejora está dirigida a las relaciones corporativas para que tengan un mayor orden y mejor análisis con los medios de comunicación obteniendo mayor posicionamiento de marca y una mejor relación con los medios por medio de la implementación de herramientas de inteligencia de negocio.

BAC Credomatic es un banco altamente reconocido, ya que está establecido en varios países centroamericanos. Es una organización con más de 50 años de existencia y ofrece productos financieros a 3.8 millones de clientes en toda la región y con más 20,000 colaboradores. En la actualidad se integró con Grupo Aval permitiéndoles ofrecer productos de mayor valor agregado, compartir experiencias, aprovechar mejores prácticas. BAC continúa apostando por el mejoramiento en la sociedad, la excelencia y la innovación.

Para lograr los objetivo que se propusieron se realizaban reuniones llamadas “status” donde se explicaba lo que se tenía que hacer cada semana como equipo de mercadeo y sostenibilidad donde se explicaba en que consiste cada actividad y que se esperaba obtener. Esta reunión ayudaba a tener una mayor claridad del porqué se hacía cada una de las

actividades y que se podría proponer para cumplir de forma eficiente cada una de las actividades de acuerdo con los objetivos específicos detallados en el informe. Dentro de las actividades realizadas se encuentra la realización de reportes de las relaciones públicas del BAC. Realizar presentaciones de valor de relaciones públicas, ingresar solicitudes de artes de diferentes áreas del banco, realizar calendario de eventos del último trimestre 2022 entre otras las cuales se estarán mencionando y explicando en que consistían. De igual manera, se realizaron diferentes propuestas de mejora tales como la implementación de Power Bi para tener mejor organización de los datos con los medios de comunicación y la implementación de una campaña para el programa y plataforma Yo me Uno para que tenga un mayor posicionamiento en el mercado y lograr ayudar a todas las organizaciones que forman parte de la plataforma.

El impacto de dichas propuestas fue cuantitativo, ya que la implementación de la herramienta de inteligencia de negocio conlleva a realizar una inversión monetaria la cual puede ser una de las representaciones del impacto. De igual manera se presentó algunos indicadores claves para que puedan evaluar y medir el desempeño y observar si se logran las mejoras deseadas.

Al final de dicho informe se detalla las conclusiones las cuales especifica que se lograron los objetivos en el tiempo estipulado, continuando con las recomendaciones dadas para la continua mejora del área, priorizando la incorporación de las herramientas de inteligencia de negocios.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente informe se estará dando a conocer sobre las diferentes actividades de la práctica profesional realizada en la institución financiera privada BAC CREDOMATIC, donde se estarán realizando diferentes actividades que ponen en labor las habilidades y conocimientos que se fueron adquiriendo a lo largo de la carrera de Administración Industrial e Inteligencia de Negocios dentro de UNITEC.

De igual manera se estará hablando sobre los datos generales de la empresa en donde se realizó la práctica profesional tales como misión, visión, valores entre otros para poder conocer un poco de los fundamentos en los que BAC CREDOMATIC basa sus reglamentos y actividades. También una descripción detallada de cada una de las actividades donde el objetivo principal es apoyar con diferentes diligencias que surjan dentro del departamento de mercadeo en el área de sostenibilidad y comunicación corporativa, terminando dicho informe con una propuesta de mejora para la empresa donde se podrá dar una aportación de cambio en algún proceso o procedimiento dentro del área donde se realizó la práctica profesional.

CAPÍTULO I. GENERALIDADES

BAC CREDOMATIC es una institución financiera la cual está ubicada en diferentes países dentro de Centroamérica donde brinda diferentes productos y servicios financieros para captar fondos.

1.1 Objetivo General

Plantear como mejora la implementación de las herramientas de inteligencia de negocios dentro de análisis mensuales que realiza BAC Credomatic a través del departamento de Mercadeo en el área de Comunicación y Sostenibilidad.

1.2 Objetivos Específicos

- Supervisar las charlas de los 30 estudiantes de UNITEC que imparten acerca de educación financiera del Programa de Vinculación y presentar evidencia de las charlas el 30 de septiembre del 2022.
- Impartir capacitaciones como mínimo a 10 instituciones gubernamentales bajo temas de educación financiera tales como fideicomiso, créditos de personas entre otros las cuales se realizarán antes del 30 de noviembre del 2022.
- Medir el impacto sobre la implementación de las estrategias de comunicación para los productos y servicios de BAC Credomatic hasta el 30 de noviembre del 2022.
- Proponer como mejora dentro del departamento de mercadeo y sostenibilidad la implementación de la herramienta Power Bi para los análisis del tercer trimestre del 2022 de acuerdo con los medios comunicación y las publicaciones realizadas por ellos el 01 de diciembre del 2022.

1.3 Misión

Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios, a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a promover el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos. (BAC CREDOMATIC, 2022)

1.4 Visión

Ser la organización financiera preferida de todas las comunidades que servimos por nuestra conectividad con personas y empresas, por nuestra confiabilidad, espíritu innovador, solidez y claro liderazgo en los sistemas de pago de la Región. (BAC CREDOMATIC, 2022)

1.5 Valores

- Integridad
- Respeto
- Excelencia
- Responsabilidad
- Innovación

1.6 Propuesta de Valor de BAC

- Innovación y Liderazgo: Somos el Grupo Financiero más grande de la región gracias a la creatividad, innovación y liderazgo de nuestra gente. (BAC CREDOMATIC, 2022)
- Excelencia: Nuestro equipo, desde ejecutivos de años hasta nuevos colaboradores, se impulsa por el factor común de la pasión por la excelencia en todo lo que hacemos. (BAC CREDOMATIC, 2022)

- Crecimiento y Desarrollo Profesional: Brindamos la oportunidad de crecer como profesional y persona, al mismo tiempo que colaboras con el desarrollo de la región. (BAC CREDOMATIC, 2022)
- Calidad de Vida: Apoyamos diversos programas para que nuestros colaboradores crezcan profesionalmente y tengan un mejor estilo de vida. (BAC CREDOMATIC, 2022)
- Respeto e Inclusión: Creemos, tanto a nivel comercial como laboral, en el acceso e inclusión de todas las personas para un mejor entorno. (BAC CREDOMATIC, 2022)
- Alcance Regional: Al formar parte de BAC Credomatic, tu trabajo alcanzará trascendencia regional ayudando a mejorar la vida de miles de personas. (BAC CREDOMATIC, 2022)

1.7 Tipo de Estructura y Organigrama

La estructura de BAC CREDOMATIC es una estructura divisional, ya que tiene una cadena de mando única y de igual con un organigrama jerárquico donde el director ejecutivo está al mando de todos los gerentes y dichos gerentes tienen su equipo de trabajo dividido por departamento con ayuda de ejecutivos dirigiendo a los colaboradores por áreas.

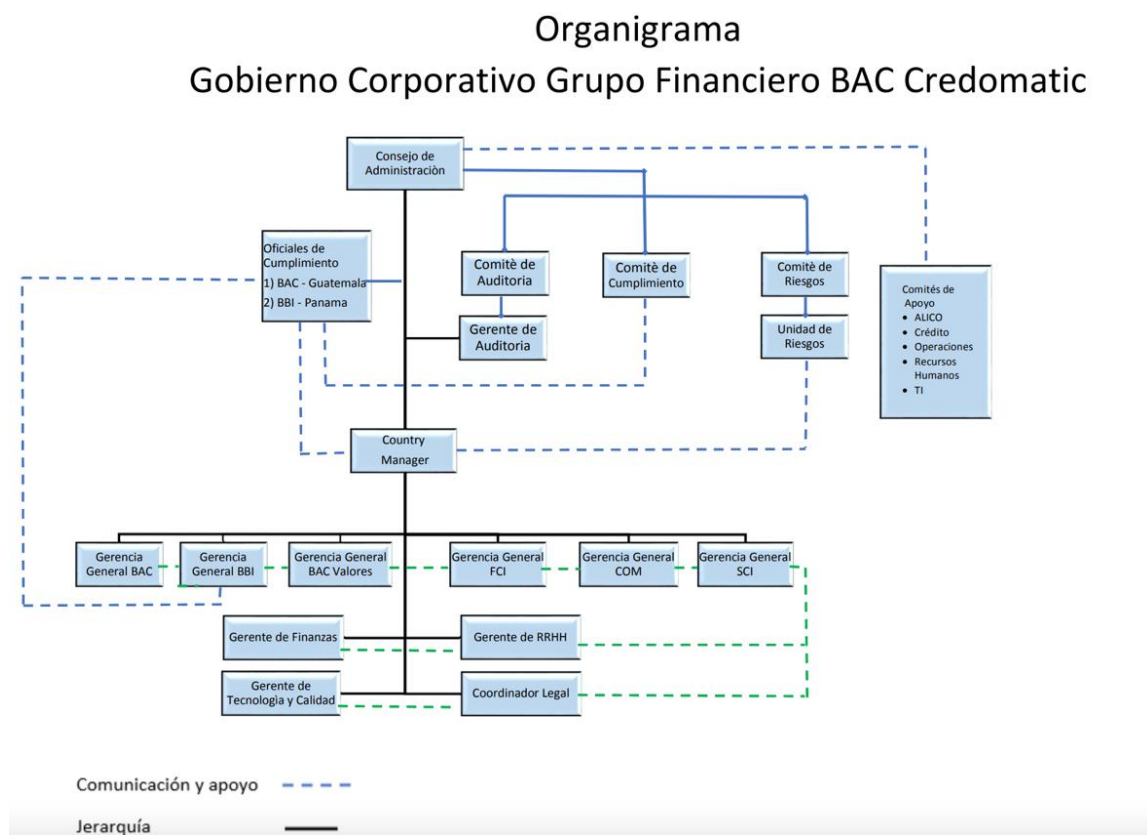


ILUSTRACIÓN 1 TIPO DE ESTRUCTURA

(BAC CREDOMATIC, 2022)

1.8 Productos y/o Servicios

- Código BAC
- Facilidades de Crédito
- Cuentas
- Tarjetas de Crédito
- Sucursal Electrónica
- Comercios Afiliados
- Fondo de Pensión
- Pagos y Transferencias

(BAC CREDOMATIC, 2022)

1.9 FODA Estratégico

A continuación, se muestra la tabla mostrando el FODA Estratégico de la empresa BAC CREDOMATIC.

BAC CREDOMATIC	<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación Regional fuerte • Confianza del público y buena imagen • Compromiso como institución con nichos socioeconómicos bajos a través de sostenibilidad. 	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente lenta. • Política de crédito estricta respecto a la competencia • Procesos lento para resolución de problemas.
<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación constante de nuevos comercios a nivel nacional. • Desarrollo de nuevos productos. • Alianzas estratégicas con organizaciones que ayuden a la sociedad. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA- FO</p> <p>Crear una campaña de mercadeo que dé a conocer el producto Yo me Uno el cual consiste en beneficiar a organizaciones sin fines de lucro dentro de la sociedad donde el cliente forma parte importante de la participación.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA- DO</p> <p>Capacitar a los colaboradores de atención al cliente y mejorar los canales de comunicación de atención al cliente para solucionar con rapidez los diferentes problemas que los clientes tienen.</p>
<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tasas más bajas de crédito por parte de la competencia. • Aceptación de los clientes con los cambios tecnológicos en sus canales. • Lealtad de los clientes hacia otras instituciones bancarias. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA- FA</p> <p>Gestionar adecuadamente los datos que se recopilan de los clientes para continuar siendo una empresa con buena imagen, y que gane lealtad de los clientes.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA- DA</p> <p>Estar actualizando de manera personal a sus clientes adultos con los cambios tecnológicos de sus canales.</p>

TABLA 1 FODA ESTRATÉGICO DE BAC CREDOMATIC

1.10 Identificación de Problemas

En el siguiente árbol de problemas se está mencionando el problema principal que se identificó dentro de departamento de mercadeo junto con sus efectos y causas.

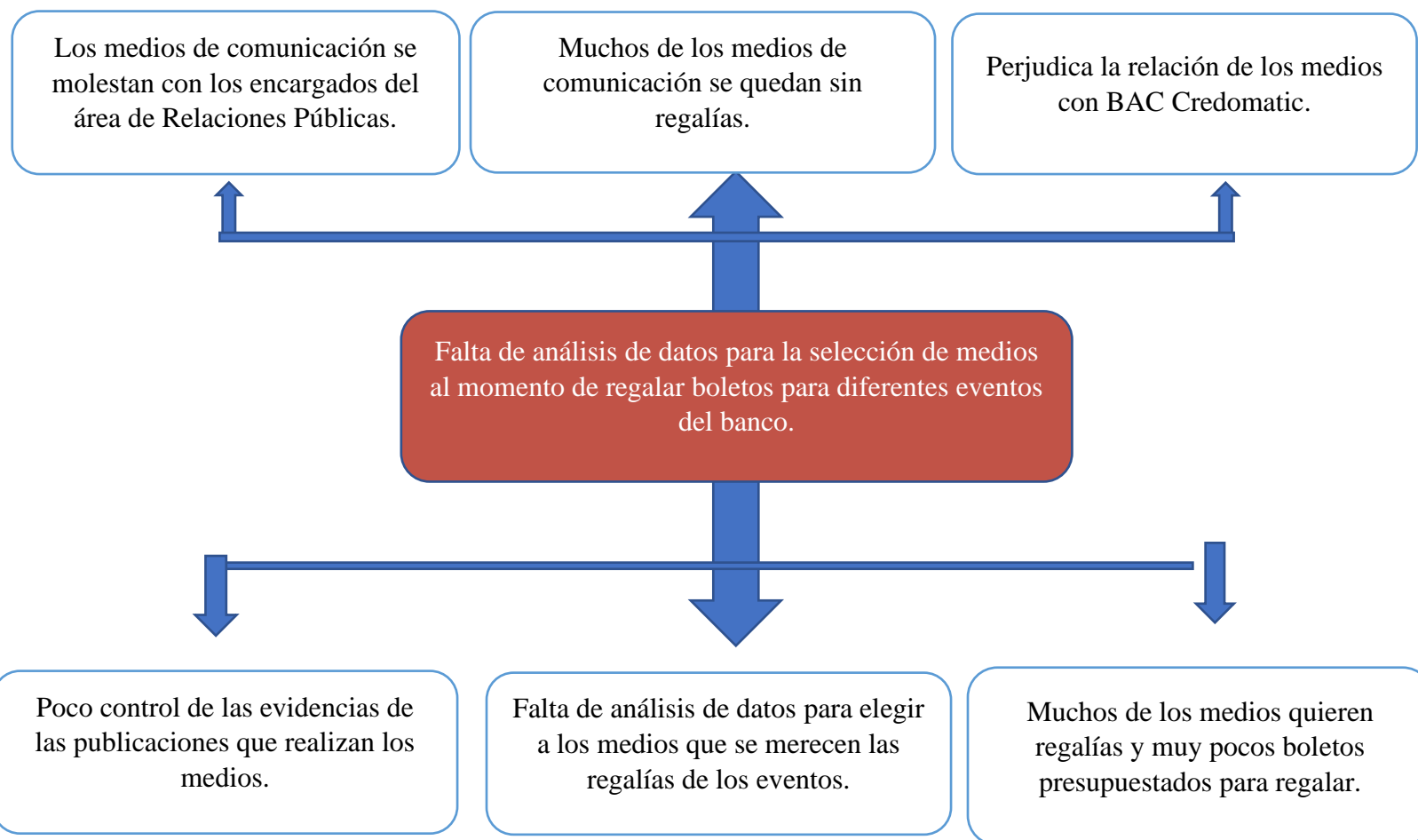


ILUSTRACIÓN 2 ÁRBOL DE PROBLEMAS DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y SOSTENIBILIDAD

CAPÍTULO II. ACTIVIDADES REALIZADAS

Durante la práctica profesional realizada en BAC CREDOMATIC como practicante en el área de mercadeo y sostenibilidad de manera presencial, se fueron haciendo diferentes actividades en las cuales se debía estar pendiente de la reputación de la marca, brindando capacitaciones y charlas, entre otras actividades que se desglosaron a lo largo de este capítulo. Ver anexo 1.

2.1 Realizar Reportes de las Relaciones Publicas del Banco

La mayoría de las actividades realizadas en la práctica profesional fueron en torno a la reputación y el cuidado de marca de la institución. Como se conoce la marca de una empresa es de suma importancia ante la vista pública, ya que de esta forma se puede generar la reputación de la empresa y de ello depende la credibilidad y lealtad de los clientes.

Dentro de esta actividad se debe ingresar a todas las redes sociales tales como Facebook, Instagram, Twitter y medios digitales donde se busca el título del comunicado de prensa que se deliberó para los diferentes medios.

FECHA	TÍTULO	NOMBRE MEDIO	LINK	PAGINA	TIPO MEDIO	TIPO ARTICULO	SENTIMIENTO	ALCANCE	SEMÁNTICA	PUBLICITY
26/7/2022	Dos noches d	La Tribuna	https://www	Web	Prensa Digital	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
26/7/2022	Dos noches d	Quien Opina	https://www	Web	Prensa Digital	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
23/7/2022	Dos noches d	El Dinero HN	https://dine	Web	Prensa Digital	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
22/7/2022	Dos noches d	Hondu Diario	https://hond	Web	Prensa Digital	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
28/7/2022	Dos noches d	Proceso Digital	https://hond	Web	Prensa Digital	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
22/7/2022	Dos noches d	Fundación Hondureña para	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
5/7/2022	Dos noches d	eticket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
29/7/2022	Dos noches d	eticket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
8/7/2022	Dos noches d	eticket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
15/7/2022	Dos noches d	eticket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
26/7/2022	Dos noches d	Semana a Semana HN	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
22/7/2022	Dos noches d	Resumen Noticia	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
27/7/2022	Dos noches d	eTicket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
26/7/2022	Dos noches d	La Tribuna	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
25/7/2022	Dos noches d	Radio House Casa Campo	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
20/7/2022	Dos noches d	eTicket Honduras	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
27/7/2022	Dos noches d	Melvin Aeropuertarios y Mas	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
28/7/2022	Dos noches d	Radio House Casa Campo	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
23/7/2022	Dos noches d	Radio House Casa Campo	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
3/7/2022	Dos noches d	Latin Vox	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		
24/7/2022	Dos noches d	Dviaje HN Blogspot	https://www	Facebook	Red Social	Comunicado Propio	Positivo	Nacional		

ILUSTRACIÓN 3 REPORTES DE RELACIONES PÚBLICAS

Al momento de encontrar todas las publicaciones dentro de los medios mencionados anteriormente se hace una base de datos en Excel donde van las diferentes categorías tales como la fecha que se hizo la publicación del comunicado en los medios, título del comunicado, enlace de la publicación, la página (Facebook, Instagram, Página Web, etc.), tipo de medio (Redes Sociales o Prensa Digital), tipo de artículo, sentimiento y alcance. Dicha actividad tiene impacto en otra tarea que se mencionara posteriormente.

2.2 Realizar Presentaciones de Valor de las Relaciones Públicas

El valor de las relaciones públicas es mayor conocido como “PR Value”, para una empresa es necesario ser reconocido por la sociedad o el mercado, ya que de ahí surgen los clientes de dichas empresas, salir en publicaciones de medios reconocidos son inversiones costosas de cualquier índole o segmento al que esté orientado la empresa, por eso la importancia de una presentación como esta. Llevar un registro de cuantos medios de comunicación lanzan noticias sobre actividades que fueron o serán realizadas con BAC CREDOMATIC fue otra de las actividades realizadas en esta práctica profesional.

Algunas de estas publicaciones son de manera gratuita o pagadas con regalías dependiendo la actividad. Con estas presentaciones de “PR Value” se puede observar cuáles son los ahorros que se logran con los medios que publicaron alguna noticia en específico, los cuales son encontrados mediante una fórmula ya existente y es ahí cuando se identifica la importancia de dicha presentación la cual se presenta a la gerencia de mercadeo y sostenibilidad.

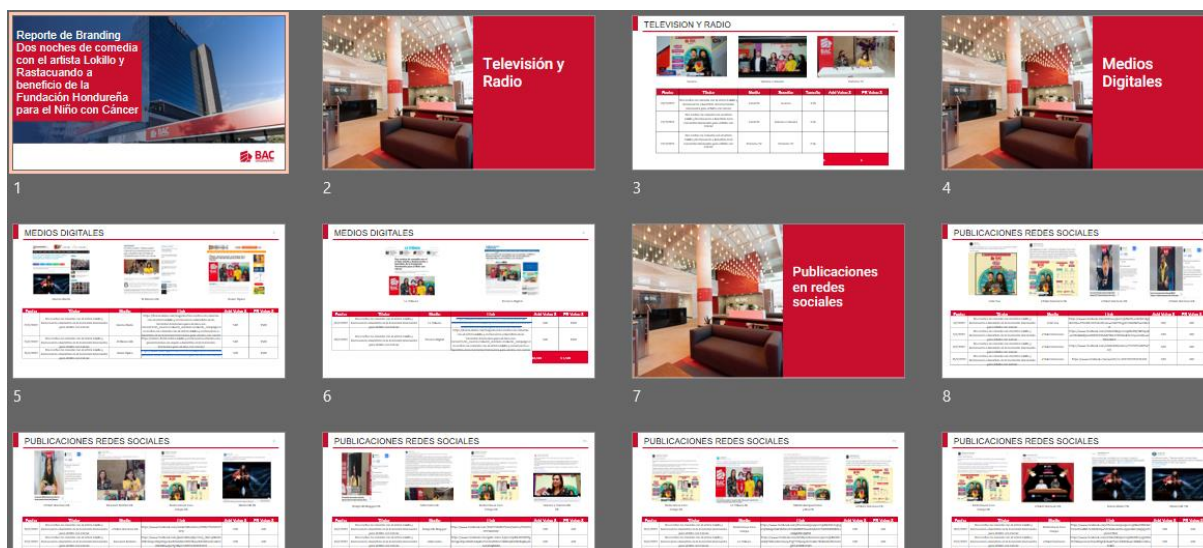


ILUSTRACIÓN 4 PRESENTACIÓN DE PR VALUE

Con la base de datos realizada para los reportes de Relaciones Públicas se extrajo el enlace para encontrar cada publicación hecha por los medios de comunicación tomándoles captura de pantalla a cada una de ellas en las diferentes redes sociales y páginas web considerándolas como evidencia para la presentación. Dentro de la presentación se dividió en tres secciones las cuales son televisión y radio, medios digitales y publicaciones en redes sociales. En cada una de las diapositivas se debía incluir la tabla la cual era dividida por fecha, título, medio, enlace, valor agregado y PR Value por publicación.

2.3 Verificar presencia de marca en eventos asociados con BAC

La presencia de marca es un pilar para darle valor a la marca, ya que es la manera en la que el público recordará la participación y asociación que la empresa quiere montar en dicha situación evento. BAC CREDOMATIC se diferencia de la competencia por los distintos eventos en los que participa ya sean conciertos, lanzamiento de tiendas, promociones, etc. Dándole beneficios a sus clientes al momento de ser participantes de dichos eventos. Cuando el banco participa en uno de estos eventos se necesita velar por la presencia de marca y fácil identificación del banco ya sea por pancartas, discursos o ambos de esta forma sus clientes puedan aprovechar dichos beneficios y también atraer a nuevos clientes



ILUSTRACIÓN 5 PRESENCIA DE MARCA

Al momento que se llega a los eventos donde BAC CREDOMATIC está participando se inspeccionó dónde están colocadas las pancartas o visualizaciones que tengan menciones del banco, después de eso se capturó fotos para enviar evidencia al departamento de digital donde ellos son los encargados de publicar los eventos en las redes sociales.

2.4 Brindar y supervisar capacitaciones de educación financiera

Como empresas es importante ser parte de generar cambios positivos dentro de la sociedad a la que pertenecen es por eso por lo que existe lo que es conocido como sostenibilidad empresarial la cual tiene diferentes objetivos donde se puede participar en áreas como cuidado del medio ambiente, fomentar la calidad de vida entre otros.

En BAC como una de las acciones para sostenibilidad empresarial es brindar capacitaciones de educación financiera a escuelas o instituciones públicas o privadas con diferentes temas con el objetivo de educar e informar en relación con fluidez financiera en la vida personal.



**Diplomado Aplicación del BTP en Banca y Finanzas BAC
Credomatic
Agosto 2022**

Enlaces de Teams para conectarse en jornada vespertina de 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Capacitaciones del lunes 8 al viernes 12 de agosto

Hora	Lunes 8	Martes 9	Miércoles 10	Jueves 11	Viernes 12
2:00 p.m. a 4:00 p.m.	RRHH y Banca de Personas	Fideicomiso y Riesgo Integral	Créditos de persona y Legal	Finanzas y Mercadeo	Operaciones de tarjeta y Cobros de persona

Nota: el link del día lunes 8 de agosto, nos conectaremos a la 1:40 p.m. para la introducción.

ILUSTRACIÓN 6 CAPACITACIONES FINANCIERAS

Se completaron algunas en la mañana y otras por la tarde donde se debió dar la bienvenida a los alumnos de los diferentes colegios, estar pendiente de las preguntas y se revisó los diferentes informes realizados por cada colegio.

2.5 Ingresar solicitudes de arte de diferentes áreas del banco

Dentro del área de mercadeo como se mencionaba antes velan por cuidar la marca por lo que al momento de realizar artes debe pasar por ciertas revisiones para ser aceptadas y poder ser publicadas en las diferentes redes sociales de BAC Credomatic o en el establecimiento el cual esta siendo solicitado para ser utilizado.

Para el ingreso de dichas solicitudes los clientes (diferentes áreas del banco) deben de enviar una bitácora en Excel con todos los aspectos que deben de llevar los artes que solicitaron. Luego de revisar dicha bitácora se ingresó la gestión para comenzar la realización de los artes.

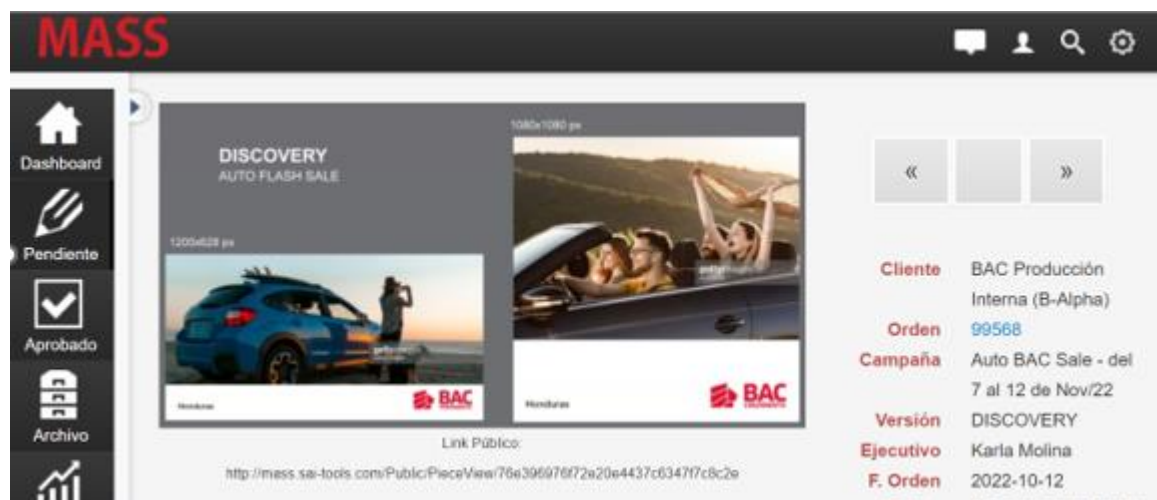


ILUSTRACIÓN 7 PLATAFORMA DE SEGUIMIENTO DE ARTES

Dentro de esta plataforma se dio el seguimiento de cómo iba la elaboración de los artes solicitados por parte de la agencia externa de relaciones públicas o el área de mercadeo digital. Al momento de su aprobación, ya que cumplió con todos los requisitos se envió ya

sea al área que sube las publicaciones en redes sociales o al establecimiento donde se necesitaba colocar como publicidad.

2.6 Realizar Calendario de Eventos del último trimestre 2022

La importancia de la organización es fundamental para toda empresa, BAC Credomatic tiene diferentes alianzas estratégicas con comercios de diferentes índoles, al ser meses tan movidos se realizó un calendario para la vicepresidencia de mercadeo, ya que su presencia en algunos eventos es de suma importancia debido, a que es la vocera de BAC.

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
30	31 Pendientes Conferencia de Prensa: UEFA Conferencia de Prensa: Geotours	01	02	03 Lanzamiento Premios Copán: Intercontinental 11am Encendida del árbol Multiplaza: TGU, 5pm Evento de reconocimiento-colaboradores. Edificio Corporativo, 6.30pm	04 Bulla Navideña: Café Honoré Coctel Navideño Zara Home Encendida del árbol Multiplaza SPS	05 Bulla Navideña: Café Honoré
06	07 Ruta Eléctrica: UPN 8am	08 Concierto Daddy Yankee: Estadio Olimpico SPS	09 Lanzamiento Disfrutar para salvar (Conferencia ?) Coctel Eleganza: TGU	10 Concierto Daddy Yankee Estadio Nacional TGU	11 Encendida del árbol MetroMall Coctel Eleganza: SPS	12
13	14	15 Lanzamiento Campaña de Ahorro (Conferencia ?) Concierto Arjona: Estadio Morazán SPS Coctel Nueva Tienda Tommy Hilfiger: Multiplaza TGU	16	17 Premios Yo Emprendo UNITEC Webinar AMCHAM Concierto Arjona TGU Sello FUNDARHSE: Honduras Maya	18 Premios Copán: Honduras Maya	19
20	21	22	23	24 Cierre Programa Capacitación YMU	25 Black Friday en Multiplaza	26 Black Friday en Multiplaza

ILUSTRACIÓN 8 CALENDARIO

Con este calendario se pudo organizar el tiempo para que Valeria Ríos (vicepresidenta de mercadeo) pudiera estar presente en los eventos que tenían más importancia contar con su presencia.

2.7 Realizar comunicados de prensa sobre diferentes productos o actividades

Al momento de que el banco lance alguna promoción con sus aliados estratégicos en centros comerciales, conciertos o noticias importantes o logros de BAC se necesita realizar comunicados de prensa para deliberarlos a los diferentes medios ya sean medios pautados o medios amigos. Dichos comunicados también se utilizan cuando se hacen conferencias de prensas y ahí mismo se entregan a los medios de manera impresa y vía correo.

CAPÍTULO III. IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTAS E IMPACTO

DESEABLE

Durante la práctica profesional en la empresa financiera BAC Credomatic se pudieron observar algunas mejoras para implementar la cuales se estarán describiendo a lo largo de este capítulo y de igual forma el impacto que cada una de ellas dará en el caso que decidan ponerles en práctica en sus nuevos procesos dentro del área de comunicación y sostenibilidad.

3.1 Propuesta de Mejora

Con esta propuesta de mejora se pretende poder ayudar a la empresa BAC Credomatic en algunos de sus procesos con la implementación de nuevas herramientas para facilitar dichos procesos y productos.

3.1.1 Implementar Power Bi en los datos de los medios de comunicación

Las empresas hoy en día al igual que la tecnología han ido revolucionando con las herramientas que utilizan para manejar la información en los diferentes campos que existen en una organización, esto con el fin de poder mantener de una forma fácil y rápida la actualización de los datos que cambian a diario en una empresa. Por lo que actualmente las empresas están adaptando la implementación de herramientas denominadas como inteligencia de negocios.

Es por lo que como propuesta de mejora se presenta la implementación de la herramienta Power Bi, la cual les ayudará a analizar los datos de una forma más ordenada y fácil de entender por las visualizaciones que dicha herramienta proporciona al momento de ingresar los diferentes datos que la empresa tiene en este caso los datos que se recopilan a lo

largo del mes con las publicaciones que realizan los medios con los diferentes comunicados de prensa que se expulsan mensualmente.

Power Bi tiene tres tipos de licencias debido a que los datos de los medios de comunicación son manipulados por los diferentes colaboradores que hay en el área de sostenibilidad y comunicación el mejor para adquirir es el Power Bi Capacidad Premium.

Con esta herramienta a diferencia de las otras dos permite que los colaboradores que tienen una cuenta de Power Bi Capacidad Premium o Power Bi Premium por Usuario puedan estar modificando y compartiendo el mismo espacio de trabajo dentro de los tableros sin importar el tipo de cuenta que utilicen con Power Bi. (Microsoft, 2022)

Esta propuesta está enfocada para que sea implementada en el área de comunicación para la ayuda de toma de decisión, sin embargo, debido a que las herramientas de inteligencia de negocios son nuevas en áreas laborales se debe capacitar a los colaboradores que hará uso de las herramientas en este caso Power Bi Capacidad Premium.

En muchos casos cuando se quiere implementar una nueva herramienta o proceso, los colaboradores lo ven como un atraso de trabajo debido que las capacitaciones toman bastante tiempo el cual lo pudieran invertir en sus responsabilidades diarias. Es por eso por lo que para incentivar a los colaboradores a tomar de mejor forma la implementación y capacitación de la herramienta es importante explicarle la importancia de saber utilizar herramientas de inteligencia de negocios para el desarrollo profesional y también incentivarlos con algún otro beneficio ya sea monetario u otra cosa.

A continuación, se adjuntará una agenda con diferentes fechas en el cual se verá un plan para la implementación de la herramienta Power Bi Capacidad Premium en el caso de

que la empresa en futuro considere aplicar la propuesta de mejora. Recalcando la importancia de tomar capacitaciones con expertos o profesionales que manejen el tema de inteligencia de negocios.

Agenda para la implementación de Power Bi Capacidad Premium		
Fecha	Actividad	Responsable
29 o 30 de septiembre	Compra de la licencia de Power Bi Premium.	Área de logística dentro del depto. De Mercadeo
1 al 4 de octubre	Enviar correos para la convocatoria de las capacitaciones de Power Bi Capacidad Premium.	Depto. De Recursos Humanos
10 y 11 de octubre	Breve charla de la importancia de saber utilizar herramientas de inteligencia de negocios.	Departamento de BI
17 al 21 de octubre	Capacitación de la herramienta Power Bi Capacidad Premium.	Capacitador Contratado
21 de octubre	Finalización de la capacitación de Power Bi Capacidad Premium y almuerzo con los colaboradores capacitados.	Capacitador Contratado, Carlos Sánchez, Cristha Maradiaga
24 al 31 de octubre	Implementación de la herramienta con los análisis de datos de los medios.	Carlos Sánchez y Cristha Maradiaga

TABLA 2 AGENDA DE IMPLEMENTACIÓN DE POWER BI

3.1.2 Implementación de Campaña para el programa Yo Me Uno

Una de las virtudes que BAC Credomatic tiene es su buena imagen ante el ojo público de la sociedad debido a su responsabilidad social activa siendo un banco positivo de ayuda constante para cambios de mejora para el país. Por lo que tienen un programa llamado “Yo Me Uno” sin embargo, no muchas personas conocen de este proyecto.

Es por lo que como propuesta de mejora se les propone la creación de una campaña publicitaria en el departamento de Mercadeo y Comunicación, donde las diferentes áreas tendrán una labor importante en la campaña.

“Una campaña publicitaria es una estrategia específicamente diseñada y ejecutada en diferentes medios para obtener objetivos de notoriedad, ventas y comunicación de una determinada marca, usando la publicidad” (Cyberclick, 2021).

Algunas de las ventajas que se obtienen bajo una campaña publicitaria es que podrán atraer a los clientes, informar del nuevo producto en este caso ya es existente, pero con poca información en el mercado y mantener la buena imagen del banco en el exterior.

La campaña podría ser un relanzamiento del producto utilizando diferentes fechas estratégicas para la publicidad y de esta forma también recibir aceptación de mercado para que los clientes se animen a participar brindando donaciones con las diferentes organizaciones que hay en la plataforma.

Algunas estrategias de venta que se pueden utilizar son:

- Storytelling: Debido a que #Yo me Uno está hecho con el fin de ayudar a diferentes organizaciones se pueden realizar videos para subir a la plataforma donde las personas que se están ayudando de las diferentes organizaciones

cuenten como la ayuda de los participantes de la plataforma les han cambiado la vida, esta estrategia puede tocar el corazón de los clientes potenciales motivándolos a utilizar la plataforma #Yo me Uno.

- Eventos en fechas especiales: En esta plataforma existen diferentes organizaciones con personas de diferentes edades, lugares y situaciones. Por lo tanto, se sugiere que utilicen fechas tales como el día del niño, día de la paz mental, día del cáncer entre otros para poder aprovechar la sensibilidad de los clientes e incentivarlos a hacer donaciones en la plataforma.
- Promocionales para los clientes que utilicen la plataforma: Dar descuentos en lugares específicos como restaurantes o tiendas de ropa por ser parte de la plataforma #Yo me Uno.

A continuación, se adjuntará una agenda con diferentes fechas en el cual se verá un plan para la implementación de la campaña en el caso de que la empresa en futuro considere aplicar la propuesta de mejora que propuso.

Agenda para el Relanzamiento de #Yo me Uno		
Fecha	Actividad	Responsable
15 al 30 de octubre	Establecer las estrategias de venta tanto para el banco como para las organizaciones.	Andrea Gonzales junto con el equipo de ventas.
1 al 15 de noviembre	Diseñar 2 artes mensuales para las diferentes publicaciones que se harán dirigidos para el público en general.	El equipo de Digital.
12 de noviembre	Redactar el Comunicado de Prensa el cual se le dará a los diferentes medios de comunicación.	Cristha Maradiaga o Andrea Gonzales.
20 de noviembre	Deliberar los artes en los diferentes canales junto con el comunicado de prensa.	Cristha Maradiaga y equipo de digital.

TABLA 3 AGENDA PARA RELANZAMIENTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

Esté producto cuenta con más de 10 organizaciones a las cuales muchos de los clientes estarían disponibles en depositar un granito de arena lo cual hay una predicción que el mercado lo aceptará de una manera positiva.

3.2 Impacto de la Propuesta de Mejora

A continuación, se estará presentando de manera individual cual es el impacto de cada una de las propuestas de mejora que fueron presentadas anteriormente.

3.2.1 Impacto de Mejora con la Implementación de Power Bi

Como empresa reconocida debe de tener contactos en los medios de comunicación que sean aliados de la empresa para poder tener cobertura en todos los medios posibles al momento de lanzar un nuevo producto o alguna noticia positiva del banco, sin embargo, los medios siempre quieren un beneficio a cambio. En el caso de BAC Credomatic ellos dan regalías a dichos medios cuando hay conciertos, pero se les establece un límite de tickets dejando a muchos medios por fuera. Con la implementación de Power Bi podrán tomar decisiones estratégicas y justas utilizando los datos que se obtienen a lo largo de cada comunicado de prensa que libera. Ver anexo 2 y 3.

Con la implementación de esta herramienta existirán ciertas ventajas y beneficios para poder analizar sus datos algunos de ellos son:

- Los Procesos Analíticos son unificados: Con Power Bi Capacidad Premium permite administrar datos e información de diferentes plataformas de forma simultánea con diferentes usuarios de diferentes lugares del país o del mundo, de igual forma se pone en práctica el trabajo en equipo y en este caso en trabajo en equipo a nivel regional del banco.

- **Herramienta Visual e Intuitiva:** Los tableros de Power Bi hace que sea muy fácil y rápido de interpretar los datos visualizados, esto ayudando a la toma decisiones correctas y precisas.
- **Integración con otras plataformas:** Unas de las plataformas que se integran de forma rápida con Power Bi es SharePoint, Office365 y Dynamics 365.
- **Seguridad y Privacidad:** Power Bi siendo una herramienta de inteligencia de negocios de Microsoft y por la reputación que tiene garantiza la seguridad de los datos y proporciona estrictos controles de accesibilidad tanto interna como externamente, siendo una empresa bancaria la información que se maneja es confidencial lo cual esta herramienta es aún más ideal por temas de seguridad.
- **Más Control y Rentabilidad:** Con la implementación de esta herramienta, Bac Credomatic podrá controlar todo lo que ocurre en su empresa, analizar el rendimiento, optimizar la productividad y aumentar la rentabilidad.
(EVOTIC, 2022)

A continuación, se muestra una tabla con los cambios que se lograrán con la implementación de Power Bi Capacidad Premium.

Actualidad	Implementación de Power Bi Capacidad Premium
Excel es la única herramienta que utilizan para llevar el control de los medios de comunicación y las publicidades hechas.	Creación de información y conocimiento para identificar de manera más fácil que medios de comunicación son los que realizan las publicaciones indicadas por el banco.
Presentación mensual de los logros obtenidos con los medios de comunicación no identificados.	Identificación de cuantas noticias fueron publicadas en los diferentes medios de comunicación y cuál fue el ahorro obtenido por cada uno.
Toma de decisiones no estratégicas para las regalías de los medios.	Realizar análisis más concretos de quienes son los medios que se merecen dichas regalías.

TABLA 4 COMPARACIÓN ACTUAL VRS IMPLEMENTACIÓN PROPUESTA POWER BI

Se puede observar grandes cambios con esta implementación donde se podrán obtener los datos reales y mantener una relación amigable con los medios de comunicación. Como impacto económico para BAC Credomatic se calcula una inversión de \$6,095.00 únicos la cual se estará reflejando en la siguiente tabla de cómo surge el dato calculado.

Descripción	Precio
Licencia de Power Bi Capacidad Premium	\$6,858.10
Capacitación para uso de programa	\$1,000
Almuerzo de fin de capacitación	\$100
Total	\$7,958.1

TABLA 5 IMPACTO ECONÓMICO PARA BAC CREDOMATIC

Dicha inversión se debe considerar que el presupuesto fue realizado con precios del mercado en la fecha 4 de septiembre del 2022 para la capacitación y licencia de dos personas, la cual es sometido a cambio de precios por efectos de índole económico. Ver Anexo 4.

3.2.2 Impacto de Propuesta de Mejora con la Campaña Publicitaria

Como antes mencionado las ventajas de una campaña publicitaria con muchas y la realización de la campaña con el producto #Yo me Uno es con el fin de dar a conocer más información sobre dicho producto con un beneficio tanto como para el banco como para la sociedad y clientes.

A continuación, se muestra una tabla con los cambios que se lograrán con la implementación de la Campaña Publicitaria.

Actualidad	Implementación de Campaña Publicitaria
Pocos conocen del producto o la plataforma #Yo me Uno	Mayor conocimiento de los clientes sobre la plataforma #Yo me Uno
Falta de estrategias para incentivar a los clientes con el uso de la plataforma.	Creación de estrategias para que las personas utilicen la plataforma.
Pocas donaciones recibidas para las organizaciones que forman parte de la plataforma.	Altas donaciones donde las organizaciones serán las más beneficiadas.

TABLA 6 COMPARACIÓN ACTUAL VRS IMPLEMENTACIÓN PROPUESTA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Como impacto económico para BAC Credomatic se calcula una inversión de \$4,300 mensuales la cual se estará reflejando en la siguiente tabla de cómo surge el dato calculado.

Descripción	Precio
Artes de Publicidad	\$2,000
Lugar de Relanzamiento	\$1,500
Publicidad del evento	\$500
Boquitas	\$300
Total	\$4,300

TABLA 7 IMPACTO ECONÓMICO PARA BAC CREDOMATIC CAMPAÑA PUBLICITARIA

3.3 Propuesta a Desarrollar

Dentro de las propuestas expuestas a la empresa, mostraron mayor interés en la incorporación de implementar Power Bi para le medición de las publicaciones que realizan los medios, ya que les ayudará a elegir quienes son los que más se merecen las regalías. Continuamos con el cronograma establecido antes, el cual solamente se actualizaron las fechas tentativas a realizar cada una de las actividades para la capacitación de Power Bi.

Agenda para la implementación de Power Bi Capacidad Premium		
Fecha	Actividad	Responsable
13 de enero	Compra de la licencia de Power Bi Premium.	Área de logística dentro del depto. De Mercadeo
16 al 19 de enero	Enviar correos para la convocatoria de las capacitaciones de Power Bi Capacidad Premium.	Depto. De Recursos Humanos
23 y 24 de octubre	Breve charla de la importancia de saber utilizar herramientas de inteligencia de negocios.	Departamento de BI
6 al 9 de febrero	Capacitación de la herramienta Power Bi Capacidad Premium.	Capacitador Contratado
9 de febrero	Finalización de la capacitación de Power Bi Capacidad Premium y almuerzo con los colaboradores capacitados.	Capacitador Contratado, Carlos Sánchez, Cristha Maradiaga
15 al 28 de febrero	Implementación de la herramienta con los análisis de datos de los medios.	Carlos Sánchez y Cristha Maradiaga

TABLA 8 CRONOGRAMA ACTUALIZADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE POWER BI

Al momento de implementar dicha propuesta la empresa necesita realizar medición con algunos indicadores claves para medir el desempeño, Benjamín (2007) nos dice que los indicadores son un elemento estratégico del proceso de evaluación de la forma de gestión organizacional, ya que permiten ordenar las acciones en relación con los resultados que se pretenden alcanzar, convirtiéndose en el marco de referencia para definir la jerarquía de los aspectos a auditar, establecer las prioridades de las acciones a analizar y precisar el valor de las cifras y comportamientos que se obtengan.

Como KPIs para la medición de dicha propuesta están:

- Aumento de “Prensa Libre”: Consiste en difundir un mensaje o noticia sin pago a los medios. El aumento de prensa libre será de un 15% en las redes sociales, prensa digital, televisión y radio.
- Cobertura: Suma de la audiencia a la que llegan todas las publicaciones de BAC Credomatic en los diferentes medios. Aumento del 25% de audiencia en las publicaciones de BAC.
- Cuota de Voz o Share of Voice: Porcentaje de publicaciones de BAC Credomatic comparada a la competencia en un periodo de tiempo. (BOA, 2021) Aumento de un 25% publicaciones mayores en comparación a la competencia.

De igual manera con la implementación de Power Bi Capacidad Premium al omento de generar los análisis en los dashboards que dicha aplicación genere su ahorro de tiempo en dicha tarea será notorio.

Actualidad	Implementación de Power Bi Capacidad Premium
Para hacer las presentaciones de PR Value tiene una duración de uno a dos días de tiempo de realización.	Con la implantación de Power Bi realizar el dashboard solo dura una a dos horas.

TABLA 9 INDICADOR DE TIEMPO ACTUAL VRS TIEMPO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA BI

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Dentro de este capítulo se presenta lo que son las conclusiones y recomendaciones que se le brindan a la empresa y a los futuros estudiantes que posteriormente realicen la práctica profesional en BAC Credomatic en el área de mercadeo. Tanto las conclusiones como las recomendaciones están directamente relacionadas con los objetivos específicos mencionadas anteriormente dentro del informe.

4.1 Conclusiones

- Se culminó con la supervisión de las charlas virtuales con los 30 estudiantes de UNITEC que impartieron acerca de la educación financiera del Programa de Vinculación y se presentó la evidencia de dichas charlas por medio de un informe realizado en Word el cual es compartido para UNITEC.
- Se logró impartir capacitaciones virtuales a 6 instituciones gubernamentales y 4 a organizaciones sin fines de lucro, las cuales 6 de ellas eran colegios públicos con temas de educación financiera impartidas a los estudiantes de la carrera de Finanzas, las 4 restantes fueron impartidas a Nuestros Pequeños Hermanos, Fundación Hondureña Contra El Cáncer de Mama, Personal Administrativo PREPACE y Casa Alianza en total fueron más de 100 personas capacitadas con un total de 70 horas.
- Se midió el impacto que tendría la implementación de nuevas estrategias de comunicación para los productos y servicios de BAC Credomatic en específico el producto de la plataforma Yo Me Uno con el objetivo que se logren mayor cantidad de donaciones en dicha plataforma interna y externamente del banco y dar a conocer en que consiste.

- Se propuso como mejora para el departamento de mercadeo y sostenibilidad la implementación de la herramienta Power Bi para el análisis trimestral del año 2023 enfocados a los medios de comunicación y las publicaciones realizadas por ellos para tener mayor orden con las regalías que se le imparten a los medios de comunicación.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda a BAC Credomatic que para las charlas de Vinculación con UNITEC se agreguen más integrantes al equipo de trabajo, ya que se logrará mayor retención de estudiantes en dicha actividad. De igual forma también se recomienda que obtén por realizar horas de vinculación con los estudiantes de otras universidades con el mismo de tema de educación financiera.
- BAC Credomatic como parte de ser una empresa con responsabilidad social se esmera en brindar capacitaciones de educación financiera en diferentes empresas gubernamentales y no gubernamentales se recomienda que utilicen sus aliados estratégicos para que puedan promover sus capacitaciones y las empresas logren capacitar a los empleados de forma gratuita.
- La plataforma Yo Me Uno es una estrategia muy atractiva tanto para el banco como para los clientes, se recomienda que realicen mayor publicidad sobre esta plataforma con los aliados estratégicos y brindar charlas sobre dicha plataforma con los colaboradores del banco para que puedan brindar información clara al momento de comunicarlo hacia el cliente.
- Si bien es cierto BAC Credomatic es una institución altamente reconocida, con procesos constantemente actualizados de acuerdo con la digitalización, sin embargo, se recomienda que dentro de el área de comunicación y sostenibilidad para el control

de publicaciones realizada por medios y visualizaciones claras se incorpore una herramienta de inteligencia de negocios.

BIBLIOGRAFÍA

BAC CREDOMATIC. (2022). *BAC CREDOMATIC*. Retrieved from

https://www2.baccredomatic.com/es-ky/mision-vision-y-valores?gclid=Cj0KCQjwrs2XBhDjARIsAHVymmQYDU9pazd0aDD_zlDc7FN4UJBv24lDQ7yiToMJcJ_uvqW53nssGHgaAojEEALw_wcB

Benjamin, E. (2007). *Auditoria Administrativa*. Mexico: PEARSON.

BOA. (2021). *BOA*. Retrieved from <https://www.boa.ec/ultimo-post/kpi-relaciones-publicas>

Cyberclick. (2021, Diciembre). *Cyberclick*. Retrieved from <https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria>

EVOTIC. (2022). *EVOTIC*. Retrieved from <https://evotic.es/business-intelligence-bi/que-es-power-bi-ventajas-y-tipos-de-licencias/>

Kyocera. (2022). Retrieved from <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/business-challenges/procesos/dashboard-y-su-significado-estrategico.html#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20un%20dashboard,los%20objetivos%20de%20una%20estrategia.>

Marketinginteli. (2022). *Marketinginteli*. Retrieved from <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/relaciones-p%C3%BAblicas/>

Microsoft. (2022, Enero 9). *Microsoft.com*. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/power-bi/fundamentals/service-features-license-type#premium-per-user-ppu-license>


To be CEO. (2022). *To be CEO*. Retrieved from <http://2bceo.com/pr-value/>

GLOSARIO

- Bac: Banco de América Central.
- Dashboard: documento en el que se reflejan, mediante una representación gráfica, las principales métricas o KPI que intervienen en la consecución de los objetivos de una estrategia. (Kyocera, 2022)
- Herramientas Bi: Las herramientas de Inteligencia de Negocios sirven para conocer las tendencias y obtener información de los datos para tomar decisiones empresariales tácticas y estratégicas. (Cyberclick, 2021)
- Power Bi: es una oferta según la capacidad que incluye flexibilidad para publicar informes en toda la empresa, sin necesidad de que los destinatarios tengan una licencia individual por usuario. (Microsoft, 2022)
- PR Value: Indicador que resulta de la relación del espacio o tiempo que dedicaron medios de comunicación a la organización y sus actividades entre el costo de ese mismo espacio o tiempo si se tratara de espacio publicitario. (To be CEO, 2022)
- Relaciones Públicas: son un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y los públicos. (Marketinginteli, 2022)
- Yo me Uno: Plataforma de Bac Credomatic donde los clientes puedes elegir a diferentes organizaciones y donarles con las diferentes tarjetas que el banco tiene.

ANEXOS

DESCRIPCIÓN DE CARGO
ESTUDIANTE EN PRÁCTICA PROFESIONAL



FO-CR-002

FECHA
22 de Julio de 2022

1. DATOS DEL ESTUDIANTE

APPELLIDO García Bonilla	NUMERO DE Valery Nicole	NUMERO DE IDENTIFICACION 11841027
CARRERA Admon.Industrial e Inteligencia de Negocios	FECHA DE INICIO DE PRÁCTICA 25 de Julio	FECHA DE TERMINACION DE PRÁCTICA 25 de Octubre
ÁREA DONDE SE DESARROLLA EL ESTUDIANTE Mercadeo y Comunicación	CARGO QUE DESARROLLA EL ESTUDIANTE Asistencia en el área de Sostenibilidad y comunicación/corporativa	
HORARIO DE TRABAJO	8am a 5pm de lunes a viernes	
CORREO ELECTRONICO valerygarciaBonilla@unitec.edu	TELÉFONO 32415617	

2. EMPRESA/INSTITUCIÓN

NOMBRE BAC CREDOMATIC		
COORDINADOR DE PRÁCTICA Lic. Carlos José Sánchez Cuesta		CARGO Jefe
DIRECCIÓN Boulevard Suyapa, Tequigalpa	Ciudad Tequigalpa	TELÉFONO 22160200
PAIS	EMAIL carlos.sanchez@baccredomatic.hn	WEB https://www2.baccredomatic.com/

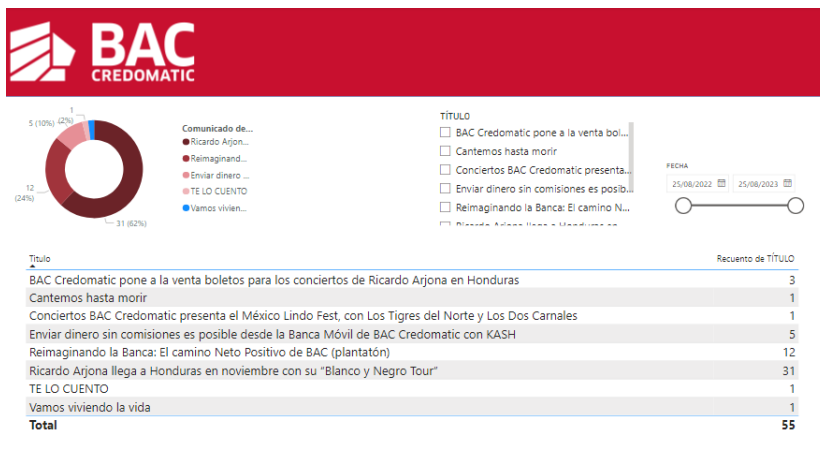
3. OBJETIVO DEL CARGO

Apoyar con algunas funciones o tareas que surjan dentro del área de Sostenibilidad y comunicación/corporativa.

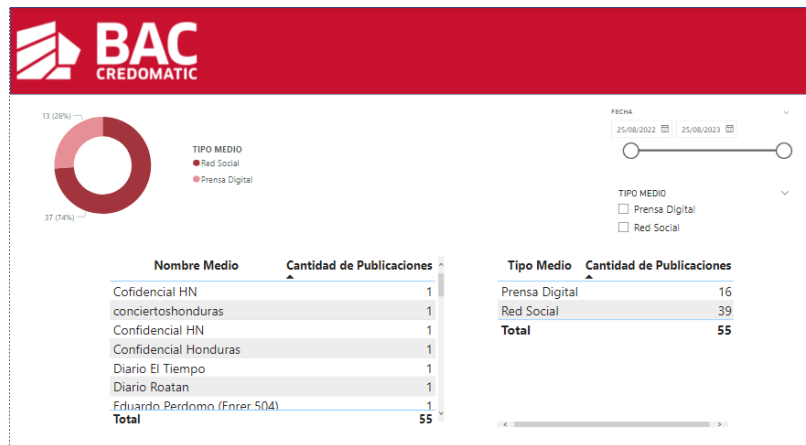
4. RESPONSABILIDADES

1. Brindar capacitaciones de educación financiera
2. Realizar artes de invitaciones a capacitaciones para la publicidad y promoción del programa
3. Dar seguimiento a escuelas, instituciones públicas y/o privadas para agendar capacitaciones
4. Apoyar en las actividades de sostenibilidad de acuerdo con la Marca
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

ANEXO 1 DESCRIPCIÓN DE PUESTO



ANEXO 2 DASHBOARD DE PUBLICACIONES DEL MES DE AGOSTO 2022



ANEXO 3 DASHBOARD DE MEDIOS DEL MES DE AGOSTO 2022

Microsoft | Power BI Overview Products Pricing Solutions Partners Resources Community Search Sign in Try free

Power BI Pro	Power BI Premium
Per user	Per user Per capacity
\$13.70 Per user/month	\$27.50 Per user/month ²
License individual users with modern, self-service analytics to visualise data with live dashboards and reports, and share insights across your organisation.	License individual users to accelerate access to insights with advanced AI, unlock self-service data prep for big data, and simplify data management and access at enterprise scale.
	from \$6,858.10 Per capacity/month
	License your organisation with capacity to accelerate access to insights with advanced self-service data prep for big data, simplify data management and access at enterprise scale—without per-user licence

ANEXO 4 COTIZACIÓN DE POWER BI CAPACIDAD PREMIUM