

**UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PRÁCTICA PROFESIONAL**

**PUBLICIDAD CON ÉNFASIS EN PRODUCCIÓN  
MULTIMEDIAL**

**AGENCIA DE PUBLICIDAD HWP**

**PROFESOR: VICTOR RODRÍGUEZ**

**PRESENTADO POR: ARELYS FONSECA RODRÍGUEZ**

**II CO- 2009**

**07.08.09**

## Marco contextual

### Halsband Worldwide Partners

Agencia de publicidad ubicada en barrio Escalante. De la Iglesia Santa Taresita, 320 metros al este contiguo a la Academia de Música Editus.

Historia:

- ★ 1982 empieza como una boutique creativa
- ★ 1985 se convierte en una agencia integral de comunicación
- ★ 1990 logra regionalizarse en América Central
- ★ 1996 se asocia con la red Worldwide Partners Inc.
- ★ 1999 se posiciona entre las primeras 10 agencias de publicidad del país
- ★ Hoy la agencia se encuentra ubicada entre las primeras 8 agencias de publicidad en Costa Rica, debido a que HWP ha constituido una posición sólida en el mercado como una agencia que construye marcas.

Filosofía de HWP: “Ser una agencia independiente con respaldo internacional y un enfoque estratégico único, traducido en ideas innovadoras y efectivas para el crecimiento del negocio de sus clientes”

Objetivo de HWP: Que cada nueva idea de su creación tenga la capacidad de producir un efecto positivo en el negocio de sus clientes y además aumentarle oportunidades de éxito en el mercado.

Entre los servicios que la agencia ofrece se encuentran:

- ★ Planificación
- ★ Identidad Corporativa
- ★ Arquitectura de Marca
- ★ Promociones

## ★ Publicidad

### **Descripción del proyecto**

HWP permitirá al estudiante colaborar con el departamento de planeamiento estratégico. De modo que participe en proyectos para clientes actuales e incluso para clientes potenciales. El trabajo será la colaboración en la elaboración de estudios de mercado.

### **Justificación del proyecto**

La agencia podrá implementar e incluso dimensionar ideas nuevas provenientes de la colaboración del estudiante.

El estudiante podrá sacar provecho para aprender y aplicar conocimientos, de modo que experimentará el trabajo en agencia con clientes reales y la manera en que la agencia se desempeña en el mercado.

La universidad se beneficiará través del contacto con la agencia y el desempeño del estudiante en la misma, de modo que los egresados de ULACIT serán profesionales que cuenten con los conocimientos y experiencia, de modo que esto aumentará el prestigio de la universidad.

### **Objetivos generales**

Aumentar y reforzar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso de la carrera de Publicidad, mientras el estudiante experimenta durante la práctica profesional.

### **Objetivos específicos**

- ★ Investigar aspectos de interés en canales de distribución con el fin de estar al tanto acerca de la realización de estrategias acertadas y novedosas que la competencia efectúe

**Cumplido:** Por medio del proyecto para ULACIT, MUTUAL ALAJUELA Y AMANCO, donde se analiza la competencia y las estrategias que emplea en su publicidad.

- ★ Colaborar con aportes sustanciosos al planeamiento estratégico, tomando en cuenta la competencia y como se desenvuelven los consumidores en su entorno.

**Cumplido:** Al entregar informe de competencia para ULACIT, mediante la participación en un focus group para GRUPO ANCLA y al analizar comportamiento de los consumidores en un informe para WAL-MART e investigación en ferreterías para AMANCO.

- ★ Analizar las campañas publicitarias nacionales e internacionales de marcas de la competencia

**Cumplido:** Se analizó la publicidad de varias universidades para realizar un reporte de competencia para el cliente ULACIT y otro para conocer la situación de la marca AMANCO en Costa Rica.

- ★ Colaborar en la construcción de estudios cualitativos y cuantitativos que identifican conductas u opiniones de consumidor actuales o potenciales hacia ciertos productos o servicios

**Cumplido:** Focus group para GRUPO ANCLA, indagaciones para AMANCO y GRUPO MUTAL, encuestas focus group y reporte fotográfico WAL-MART.

- ★ Detectar oportunidades para los clientes a partir del conocimiento de las estrategias que la competencia emplea

**Cumplido:** Visita a ferreterías para analizar comportamiento de publicitario y posicionamiento de competencia de AMANCO y realización de análisis FODA y realización de informe para ULACIT.

- ★ Realizar informes en los que presente información de relevancia acerca de temas investigados y conclusiones que funcionen como base para realizar un brief de comunicación.

**Cumplido:** Informes realizados para: WAL-MART, AMERICAN STANDART y ULACIT

### **Resultados esperados**

Aplicar y obtener nuevos conocimientos a partir de la interacción con el equipo de trabajo y la realización de investigaciones para los clientes de HWP, de modo que pueda obtener una visión real de cómo es trabajar en una agencia de publicidad.

Adquirir experiencia valiosa para aplicarla como profesional una vez que el estudiante se gradúe.

### **Estrategia metodológica**

Actualmente la forma de trabajo consiste en la comunicación vía e-mail y teléfono o en persona para coordinar con mi supervisora la asignación del trabajo y reportarle a los avances, así como también entregarle los resultados de los trabajos ejecutados.

La señora Ingrid Mora da las indicaciones de lo que debo hacer en mi trabajo de campo o en la agencia y lo que se debe investigar. Es decir, se debe trabajar por objetivos y presentar los reportes en los plazos establecidos.

A través del período de la práctica profesional se realizarán reuniones de trabajo con el supervisor. De manera que tanto la experiencia como los proyectos son variados, así se fomenta el crecimiento profesional a nivel educativo y personal. El trabajo se realiza tanto en la casa como en la agencia.

### **Resultados Obtenidos**

Discernimiento de cómo se trabaja en una agencia de publicidad a través de la experiencia de realizar la práctica profesional en Halsband Worldwide Partners.

Aplicación en el trabajo de lo aprendido en la universidad

Conocimientos adquiridos por medio de el trabajo en equipo y guía de personas conocedoras del medio y principalmente de mi supervisora.

Mayor capacidad para la resolución de problemas a partir de experiencias reales.

### **Aplicación y Desarrollo de Destrezas**

#### **Áreas de la carrera aplicadas a la práctica:**

Durante la práctica profesional en HWP tuve la oportunidad de emplear los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera, en especial de las siguientes materias:

- ★ Mercadeo e Investigación de Mercados: A través de las investigaciones y análisis de la competencia
- ★ Mercadeo Electrónico: Para el análisis de interfaz y estrategias de la competencia a través de sus sitios web
- ★ Imagen de Marca, Estrategia de Medios: Para dar recomendaciones a los clientes en los informes y reportes de competencia
- ★ Estrategia y Planificación Publicitaria, Estrategia y Procesos Creativos: Para enviar aportes al departamento de Creatividad con el fin de desarrollo de conceptos
- ★ Pensamiento Crítico: Aplicado en el análisis y para la resolución de problemas
- ★ Fundamentos Teóricos de la Comunicación y Dinámicas de la comunicación Masiva: Análisis de campañas publicitarias

### **Destrezas y conocimientos nuevos adquiridos durante la práctica:**

- ★ Nuevos criterios para el diseño de una campaña publicitaria
- ★ Aplicación de técnicas aplicadas en Focus Group
- ★ Presentación de propuestas a un cliente
- ★ Presentación de reportes de competencia
- ★ Entendimiento de estructura de la agencia de publicidad y función de cada departamento

### **Conclusiones y Recomendaciones**

La realización de la práctica profesional ha sido una experiencia muy importante pues he tenido la oportunidad de emplear conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo que he llevado mis estudios en ULACIT.

Además al haber trabajado en la agencia de publicidad HWP he conocido a muchos profesionales que me han ayudado y han compartido conmigo sus experiencias y conocimientos, lo cual me ha hecho crecer como persona y como profesional.

### **Anexos**

la U (7)

Administrar carpetas  
Agregar una cuenta de correo electrónico


Lugares relacionados  
Hoy  
Lista de contactos  
Calendario

¡Alerta de correos falsos!

Privacidad >

image001.jpg (6,3 KB), image002.jpg (6,3 KB)

Perfecto Arellys. Estoy copiando a Carola – Directora de Cuentas – para que se pongan de acuerdo.  
Saludos.

 **Ingrid mora**  
directora de estrategia  
tel: (506) 2283-2223  
ingrid.mora@hwp.com  
www.hwp.com  
costa rica • centroamérica

---


De: Arellys Fonseca [mailto:arellanis@hotmail.com]  
Enviado el: martes, 12 de mayo de 2009 01:30 p.m.  
Para: Sra. Ingrid Mora  
Asunto: RE: Primer Trabajo

Hola!  
Sí, cuente conmigo.  
Que materiales tendría que llevar? y cuanto habría que pagar por el transporte?

---

From: ingrid.mora@hwp.com  
To: arellanis@hotmail.com  
Subject: Primer Trabajo  
Date: Tue, 12 May 2009 11:11:04 -0600

Hola Arellys, espero que se encuentre muy bien. Se presenta la oportunidad para iniciar la práctica profesional apoyando un trabajo para Wal-Mart que debemos de hacer en la ciudad de Grecia. Este trabajo se realizará el jueves 14 de mayo. La idea es salir de la agencia a las 8 am para ir a hacer una encuesta a este lugar. El regreso sería a media tarde.  
Sería interesante si usted se pudiera unir al equipo.  
Favor confirmarme lo antes posible.

 **Ingrid mora**  
directora de estrategia  
tel: (506) 2283-2223  
ingrid.mora@hwp.com

Tendencias Digitales

¡Llena la encuesta y PARTICIPA por nuestros premios!



## Encuestas: Maxi Bodega

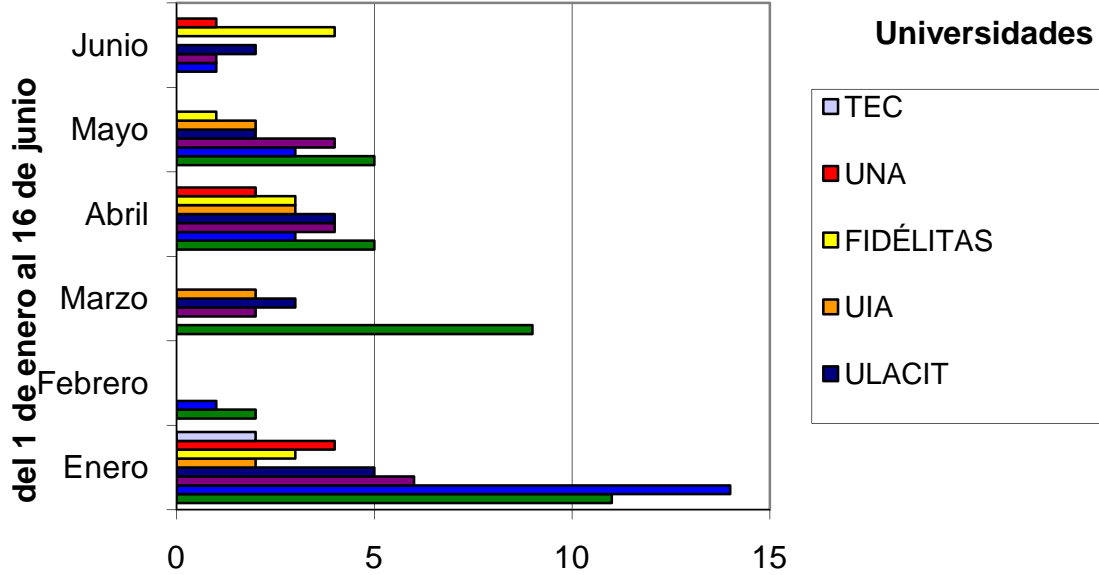
- Con respecto a la pregunta de: ¿La ha afectado la crisis económica? 15 personas contestaron que sí, las demás han dicho que no les ha afectado, también se inclinan a pensar que la crisis no les afecta debido a que sus hijos son mayores, sin embargo, hay otras familias quienes se encuentran muy preocupadas debido al desempleo que se esta dando con sus familias.
- De esas 15 personas que admiten estar siendo afectadas por la crisis:

Artículos más caros	1 persona
Desempleo	1 persona
Ha tenido que restringirse, y recortar gastos	5 personas
Y el dinero no le alcanza para comprar como antes	4 personas
Desempleo	2 personas
Más gastos	2 personas

Encuesta realizada a 22 mujeres



## Pauta por universidad MENSUAL



Windows Live Hotmail - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0

AVG conclusiones y recomendaciones de Buscar Protección total Información de AVG Obtenga más

Windows Live Hotmail Facebook | Home

Windows Live Principal Perfil Gente Correo Fotos Más MSN Buscar en el Web bing Arelys

Hotmail arelanis@hotmail.com

Nuevo | Eliminar | Correo no deseado | Marcar como | Mover a |

Responder Responder a todos Reenviar

Band. entrada (64)  
Correo no deseado  
Borradores (1)  
Enviados  
Eliminados (2)  
Funny  
la U (7)  
Administrar carpetas  
Agregar una cuenta de correo electrónico  
Lugares relacionados  
Hoy  
Lista de contactos  
Calendario

SEGUNDO PROYECTO

De: **Ingrid Mora** (ingrid.mora@hwp.com)  
Enviado: jueves, 28 de mayo de 2009 09:45:42 p.m.  
Para: 'Arellys Fonseca' (arelanis@hotmail.com)

@ 1 archivo adjunto  
image001.jpg (6.3 KB)

Hola Arellys, espero que todo marche muy bien.

El segundo proyecto va a ser un estudio sobre la importancia de la utilización de las guías de compra en Hipermás y Mas x Menos. Estamos solicitando los permisos para poder ir a los supermercados a hacer las encuestas. Espero que los podamos tener para empezar el lunes o martes, así que yo le aviso tan pronto lo sepa.

Saludos.

**ingrid mora**  
directora de estrategia  
tel: (506) 2283-2223  
ingrid.mora@hwp.com  
www.hwp.com  
costa rica • centroamérica

¡Hablamos?

Privacidad >

Windows Live Messenger

¡AHORA, TUS POSTEOS Y FFS APARECEN EN EL MESSENGER DE TUS AMIGOS.

**De:** Gustavo González - ggonza [mailto:Gustavo.G.Gonzalez@wal-mart.com]  
**Enviado el:** viernes, 29 de mayo de 2009 09:58 a.m.  
**Para:** Luis Palaband; Jorge William Corrales Fernandez; Juan Antonio Gonzalez Blanco  
**CC:** Fernando Mendez Iglesias; Alejandro Masband; Soaira Segura - Absogar; Rafael Quesada Garcia-ruedas  
**Asunto:** RE: Permiso para hacer encuestas en Hipermás

Está autorizado. La persona que realizará la encuesta debe reportarse con el gerente de tienda.  
 Copio a los gerentes del pdv donde se aplicará la encuesta para que estén al tanto.  
 La misma la pueden realizar el día lunes 1 de junio.  
 Te recuerdo que deben apearse al cuestionario aprobado y no pueden incorporar nuevas preguntas que no hayan sido previamente aprobadas desde acá.

De igual manera rogamos que nos compartan los resultados que arrojen las entrevistas.

Saludos,



**Ingrid Mora**

**De:** Carolina Castiglione [carola.castiglione@hwp.com]  
**Enviado el:** viernes, 29 de mayo de 2009 08:26 a.m.  
**Para:** Ingrid Mora  
**Asunto:** RV: Permiso encuesta

Que se lleve la copia impresa, una por cada super por si la tienen que dejar!

**De:** Melissa Victory - m2victo [mailto:Melissa.Victory@wal-mart.com]  
**Enviado el:** jueves, 28 de mayo de 2009 04:59 p.m.  
**Para:** Mxm SAN Gerardo - acordob; MxM Desamparados  
**CC:** Carolina Castiglione  
**Asunto:** Permiso encuesta

Buenas tardes:  
 Les informo que se le autorizó a Arolys Fonseca Rodríguez, # cédula 1 14050386, de la agencia de publicidad HWP a realizar una encuesta en sus tiendas.  
 La encuesta es sobre la utilización de los shoppers a parte de los clientes.  
 El permiso es del día 29 mayo al 7 de junio.

Favor permitirle el ingreso y el desarrollo de la misma

Gracias!

Melissa Victory C. Coordinadora Publicidad & Promociones MxM  
 Tel: (506) 2243-7600 ext. 7161 / Fax: (506) 2258-0389  
 melissa.victory@wal-mart.com

Wal-Mart Centroamérica  
 Edificio Unibe & Papeo  
 San José, Costa Rica  
 La ahorramos dinero para que viva mejor

\*\*\*\*\* This email and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the individual or entity to whom they are addressed. If you have received this email in error destroy it immediately. \*\*\*\*\* Wal-Mart Confidential \*\*\*\*\*

Información de ESET NOD32 Antivirus, versión de la base de firmas de virus 4113 (20090528)

ESET NOD32 Antivirus ha comprobado este mensaje.

01/06/2009

Buenos días/tardes, mi nombre es Arelys y estamos haciendo un estudio interno en Mas x Menos por lo que me gustaría solicitarle su participación, ya que sus respuestas serán muy valiosas para nosotros:

1) ¿Utiliza usted los suplementos de ofertas de Mas x Menos para realizar sus compras?

Si \_\_\_\_\_  
¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Cada cuánto? \_\_\_\_\_

NO  *No sabe donde conseguirlos*  
¿Por qué? *No sabe donde conseguirlos*  
(termina cuestionario, muchas gracias por su participación)

2) ¿Cómo obtiene el suplemento?  
¿Del periódico? \_\_\_\_\_  
¿En el supermercado? \_\_\_\_\_

3) ¿Qué le parecen los suplementos de ofertas de Más x Menos?

4) ¿Cuál es el grado de análisis que le da al suplemento de ofertas?

Lo analiza detenidamente	Lo analiza superficialmente	No lo lee
_____	_____	_____

5) ¿Qué tipo de productos le llaman la atención?

6) ¿En promedio cuántos productos de los que vienen en el suplemento de ofertas usted compra? Y cuáles? (hacerlo en 2 preguntas)

7) ¿Qué opina de los precios de las ofertas:

Muy Bajos	Bajos	Regulares
_____	_____	_____
Elevados	Muy Elevados	_____

Porqué? \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes, mi nombre es Arelys y en Hipermás estamos haciendo un estudio interno y sus respuestas serán muy valiosas.

1) ¿Utiliza usted los suplementos de ofertas del Hipermás?

Si \_\_\_\_\_  
¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Cada cuánto? \_\_\_\_\_

NO  *no le llamo la atención, no le nec.*  
¿Por qué? *no le llamo la atención, no le nec.*  
(termina cuestionario, muchas gracias por su participación)

2) ¿Dónde consigue el suplemento?  
¿Del periódico? \_\_\_\_\_  
¿En el supermercado? \_\_\_\_\_

3) ¿Qué le parecen los suplementos de ofertas de Hipermás?

4) ¿Cuál es el grado de análisis que le da al suplemento de ofertas?

Lo analiza detenidamente	Lo analiza superficialmente	No lo lee
_____	_____	_____

5) ¿Qué tipo de productos le llaman la atención?

6) ¿En promedio cuántos y cuáles productos de los que vienen en el suplemento de ofertas compra?

7) ¿Qué opina sobre la cantidad de páginas del suplemento y la imagen del mismo?

8) ¿Cuál sería su sugerencia para mejorarlo?

Muchas gracias por su participación:



Windows Live Hotmail - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0

AVG conclusiones y recomendaciones de Buscar Protección total Información de AVG Obtenga más

Windows Live Hotmail Facebook | Home

Windows Live™ Principal Perfil Gente Correo Fotos Más MSN Buscar en el Web bing Arelys

Hotmail Nuevo | Eliminar Correo no deseado Marcar como Mover a Messenger | Opciones

arelanis@hotmail.com Responder Responder a todos Reenviar

**Band. entrada (64)**

**Correo no deseado**

**Borradores (1)**

Enviados

**Eliminados (2)**

Funny

**la U (7)**

Administrar carpetas

Agregar una cuenta de correo electrónico

Lugares relacionados

Hoy

Lista de contactos

Calendario

Son tus colores

Privacidad >

**Encuesta grabada**

De: **Ricardo Reynoso** (rreynoso@avance.com.gt)

Enviado: lunes, 08 de junio de 2009 06:19:31 p.m.

Para: arelanis@hotmail.com

la encuesta fue grabada satisfactoriamente.

Millones Chateando

Microsoft Advertising

### Pauta por universidad MENSUAL

