



EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS HONDUCOR

“DEPARTAMENTO DE MERCADEO”

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEPARTAMENTO MERCADEO

CÓDIGO “DM-JM-011”

FEBRERO 2024

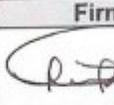
	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p align="center">HONDUCOR 2 de 45</p>

Responsables de los Cambios al Manual de Procedimientos

Elaboración del Documento

Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Mauricio Medina	Jefe de Mercadeo	Departamento Mercadeo	Febrero 2024	 

Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	 

Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	 

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">3 de 45</p>

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN.....	4
ANTECEDENTES.....	4,5
JUSTIFICACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	5
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	6,7
IDENTIFICACIÓN DE FUNCIONES SUSTANTIVAS.....	7
IDENTIFICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS SUSTANTIVOS.....	8
FICHAS DE PROCESOS	8,9,10
DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS.....	11

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">4 de 45</p>

1. Introducción

En el Manual de Procesos y Procedimientos se encuentra la información necesaria para el desarrollo de las actividades y funciones del Departamento de Mercadeo de la Empresa de Correos de Honduras. Dentro del manual se muestra de forma específica y detallada los lineamientos a seguir para el funcionamiento del mismo.

Este documento describe los procesos operativos, administrativos de una forma ordenada, los principales pasos que conforman cada procedimiento y el procedimiento a seguir.

2. Antecedentes

Marco Legal de Creación

1. Reglamento de la Ley Orgánica de HONDUCOR

3. Misión

Brindar servicios postales de calidad con los precios más accesibles y la red logística más amplia a nivel nacional e internacional con rapidez, seguridad y confianza.

4. Visión

Ser una empresa en constante innovación para convertirnos en los referentes a nivel global en la industria postal, siendo la opción predilecta de nuestros clientes al ofrecer soluciones logísticas integrales.

5. Objetivo Estratégico

1. Establecer los procesos que cuenten con la estructura para ofrecer los Servicios Postales en todas sus modalidades en el ámbito nacional e internacional, así como servicios y actividades conexas y complementarias al servicio postal.
2. Facilitar a los funcionarios de la empresa, la metodología para realizar las funciones correctamente y de la mejor manera.

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.0”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>5 de 45</p>

6. Valores

1. Eficiencia: Buscamos constantemente la mejora de nuestros procesos y la optimización de nuestros recursos para ofrecer un servicio eficiente y oportuno. Utilizamos tecnología avanzada y prácticas logísticas inteligentes para garantizar una entrega rápida y efectiva.

2. Adaptabilidad: Nos adaptamos rápidamente a los cambios y desafíos del entorno. Ante la evolución de las necesidades y tendencias del mercado, buscamos soluciones flexibles y creativas para brindar servicios de correo que se ajusten a las demandas cambiantes de nuestros clientes.

3. Compromiso: Enfocados en el bienestar de la población y el desarrollo sostenible, ofrecemos no solo servicios de calidad, también nos comprometemos activamente en iniciativas sociales y medioambientales que beneficien a Honduras de la mano con organizaciones locales, promovemos prácticas empresariales responsables, buscando generar un impacto positivo en la sociedad en la que operamos.

7. Alcance

Organizar y Orientar a las diferentes áreas del departamento Comercial, para ofrecer un servicio Postal de calidad a nuestros clientes, desde la recepción hasta la entrega final de envío.

8. Justificación del Manual de Procedimientos

El presente manual describe en detalle los procedimientos y guías de trabajo para la ejecución de procesos del departamento de Mercadeo. Tiene por objetivo ser una herramienta de consulta permanente para todo el personal operativo del departamento y departamentos adjuntos como Diseño Gráfico, Comercialización y Relaciones Publicas para lograr un objetivo común, está dirigido a orientar las actividades a fin de

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p>Versión “1.0”</p>	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p>HONDUCOR 6 de 45</p>

mejorar, unificar las prácticas, procedimientos utilizados en la gestión del trabajo de percepción de imagen corporativa y la promoción de los productos y servicios con el fin de ganar un mayor número de clientes así como ayudar en la distribución de la carga de trabajo y garantizar que se cumplan los procesos en el tiempo estipulado.

9. Estructura Organizacional



10. Identificación de Funciones Sustantivas

a). En términos generales la labor del Departamento de Mercadeo es establecer y mejorar la imagen de la empresa y sus productos y servicios, respetando su visión y valores, para elevar las ventas.

a) Funciones de la Jefatura de Mercadeo:

- Responsable de crear la planeación, dirección y coordinación de esfuerzos de marketing.
- Evaluación del plan de desarrollo de la estrategia de marketing.
- Investigación de la demanda de los productos y servicios de la Empresa.
- Investigación de la competencia.

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	7 de 45

- Desarrollo de estrategias de precio de forma conjunta con el departamento de comercial, con el objetivo de maximizar los beneficios y participación en el mercado, mientras se mantiene la satisfacción de los clientes.
- Desarrollo de promociones con gestores publicitarios.
- Desarrollo y gestión de campañas publicitarias.
- Apoyo a la oficina comercial para generar ingresos a la empresa.
- Organización de eventos con el apoyo del Departamento de Relaciones Públicas y áreas involucradas
- Encargado de la creación de productos y regalías de parte de la empresa dirigidos a clientes y medios de comunicación aliados.
- Encargado y responsable de solicitar todo el material requerido para fechas festivas, lanzamientos y todo lo que esté ligado a eventos institucionales y sociales.
- Encargado de la ejecución, supervisión y colocación de toda la publicidad física,

11. Identificación de Procedimientos Sustantivos

Con el propósito de lograr la identificación coherente de los procesos sustantivos del departamento Mercadeo, con respecto a sus funciones propias, se presenta la siguiente Matriz de Validación de Procesos y Funciones.

COORDINACION DE MERCADEO MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

Funciones Sustantivas	Procedimientos a Incluir en el Manual
Realizar los procesos para el desarrollo de los juicios Creativos y de Producción para ejecutar las actividades en brindar los Servicios Postales que la empresa ofrece a la población hondureña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración del Plan de Mercadeo 2. Realización de Campañas Publicitarias 3. Producción y difusión de las campañas.

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”	
	“DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	8 de 45

FICHAS DE PROCESOS No. 1.

	Empresa de Correos de Honduras (HONDUCOR)		CÓDIGO DEL FORMULARIO NCI-TSC/141-00 NCI-TSC/142-00			
FICHA DE PROCESOS						
FECHA DE ELABORACION:	Noviembre del año 2023					
PROCESO:	Elaboración del plan de mercadeo					
SUBPROCESO:	Lograr el posicionamiento de la marca					
OBJETIVO:	Posicionar los productos y servicios de Correos de Honduras					
ALCANCE:	Llegar a la mayor cantidad posible de público utilizando los medios de comunicación que estén a nuestro alcance.					
RESPONSABLE DEL PROCESO:	Departamento de Mercadeo					
NORMATIVAS APLICABLES:						
ENTRADAS:	PRODUCTOS: Público interno y externo		INSUMOS: piezas publicitarias para medios de comunicación, audios, videos y material POP			
SALIDAS:	#	PRODUCTOS: (Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso)	#	CLIENTES INTERNOS: (Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos)	#	CLIENTES EXTERNOS: (Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso)
	1	Coordinación con el equipo de trabajo	1	Departamento Mercadeo	1	Público interno
	2	Distribución de responsabilidades al equipo	2	Mercadeo, diseño	2	Público interno y externo
	3	Producción y pauta del material Promocional	3	Mercadeo y Relaciones Públicas	3	Público externo
	4	Producción de campañas internas	4	Departamento de Recursos Humanos	4	Público interno
PROCESOS RELACIONADOS:	ENVIAR A MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
#	ACTIVIDADES:	RESPONSABLES: (Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad)	PERIODICIDAD: (Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad)	INDICADORES: (Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada)	PRODUCTOS: (Detallar los productos de los procesos)	
1	Elaboración de brief creativo	Departamento Mercadeo	Continuo	Necesidades detectadas para creación de	Material promocional diverso	
2	Producción del material creado	Departamento de Mercadeo	Diario	Imágenes y videos	Material promocional audiovisual	
3	Pauta de las campañas	Departamento Mercadeo	Continuo	Distribución a medios de comunicación	Pauta transmitida a través de los diversos medios de comunicación	
4						
5						
6						
11						
12						
PLANES DE DIFUSIÓN:	Internos y externo					
Elaborado por: A bog. Luis Calix	Revisado por: Mauricio Medina	Verificado por: A bogado David Archaga	Aprobado por: Lic. David Zelaya			
Firma:	Firma:	Firma:	Firma:			
Fecha: Diciembre del 2023	Fecha: Diciembre 2023	Fecha: Diciembre 2023	Fecha: Diciembre 2023			

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
Versión “1.0”	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024	HONDUCOR 9 de 45

FICHAS DE PROCESOS No. 2

		Empresa de Correos de Honduras (HONDUCOR)				CODIGO DEL FORMULARIO NCITSC/141-00 NCITSC/142-00	
FICHA DE PROCESOS							
FECHA DE ELABORACION:		Noviembre del año 2023					
PROCESO:		Elaboracion de Campañas publicitarias					
SUBPROCESO:		Creacion de nuevos productos y servicios y su respectiva pauta en los medios de comunicación.					
OBJETIVO:		Promocion de mensajes publicitarios según las necesidades requeridas					
ALCANCE:		Llegar a la mayor cantidad posible de publico utilizando los medios de comunicación que esten a nuestro alcance.					
RESPONSABLE DEL PROCESO:		Departamento de Mercadeo					
NORMATIVAS APLICABLES:							
ENTRADAS:		PRODUCTOS: Publico interno y externo			INSUMOS: piezas publicitarias para medios de comunicación, audios, videos y material POP		
SALIDAS:		PRODUCTOS: (Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso)	CLIENTES INTERNOS: (Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos)	CLIENTES EXTERNOS: (Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso)			
		#	#	#			
		1	1	1	Publico interno		
		2	2	2	Publico interno y externo		
		3	3	3	Publico externo		
4	4	4	Publico interno				
PROCESOS RELACIONADOS:		ENVIAR A MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
#	ACTIVIDADES:	RESPONSABLES: (Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad)	PERIODICIDAD: (Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad)	INDICADORES: (Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada	PRODUCTOS: (Detallar los productos de los procesos)		
1	Elaboracion de brief creativo	Departamento Mercadeo	Continuo	Necesidades detectadas para creacion de	Material promocional diverso		
2	Produccion del material creado	Departamento de Mercadeo	Diario	Imágenes y videos	Material promocional audiovisual		
3	Pauta de las campañas	Departamento Mercadeo	Continuo	Distribución a medios de comunicación	Pauta transmitida a tarves de los diversos medios de comunicación		
4							
5							
6							
11							
12							
PLANES DE DIFUSIÓN:		Internos y externo					
Elaborado por: Abog. Luis Calix		Revisado por: Mauricio Medina		Verificado por: Abogado David Archaga		Aprobado por: Lic. David Zelaya	
Firma:		Firma:		Firma:		Firma:	
Fecha: Diciembre del 2023		Fecha: Diciembre 2023		Fecha: Diciembre 2023		Fecha: Diciembre 2023	

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	10 de 45

FICHAS DE PROCESOS No. 3

		Empresa de Correos de Honduras (HONDUCOR)				CÓDIGO DEL FORMULARIO NCI-TSC/141-00 NCI-TSC/142-00	
FICHA DE PROCESOS							
FECHA DE ELABORACION:		Noviembre del año 2023					
PROCESO:		Producción y difusión de las campañas					
SUBPROCESO:		Montaje de eventos, actividades, activaciones, visitas a medios de comunicación, dirigidos a potenciar nuestra marca y lograr mayores ventas según los mercados determinados					
OBJETIVO:		Difundir el mensaje y colocarlo en los diferentes medios de comunicación según el mercadeo meta					
ALCANCE:		Llegar al mayor número de futuros clientes y crear en ellos fidelidad por la marca					
RESPONSABLE DEL PROCESO:		Departamento de Mercadeo					
NORMATIVAS APLICABLES:							
ENTRADAS:		PRODUCTOS: Público Externo				INSUMOS: piezas publicitarias para medios de comunicación, audios, videos y material POP	
SALIDAS:		PRODUCTOS: (Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso)		CLIENTES INTERNOS: (Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos)		CLIENTES EXTERNOS: (Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso)	
		#	#	#	#	#	#
		1	Coordinación con el equipo de trabajo	1	Departamento Mercadeo	1	Público interno
		2	Distribución de responsabilidades al equipo	2	Mercadeo, diseño	2	Público interno y externo
3	Producción y pauta del material Promocional	3	Mercadeo y Relaciones Públicas	3	Público externo		
PROCESOS RELACIONADOS:		Procesos internos pago por pin si a los proveedores					
#	ACTIVIDADES:	RESPONSABLES: (Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad)	PERIODICIDAD: (Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad)	INDICADORES: (Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada)	PRODUCTOS: (Detallar los productos de los procesos)		
1	Elaboración del material Publicitario	Departamento Mercadeo	Continuo	Solicitudes de elaboración	Material promocional diverso		
2	Procesos Internos, diseño de la marca	Departamento de Mercadeo	Diario	Imágenes y videos	Material promocional audiovisual		
3	Material aprobado para pauta publicitaria	Departamento Mercadeo	Continuo	Distribución a medios de comunicación	Pauta transmitida a tarves de los diversos medios de comunicación		
4							
5							
6							
11							
12							
PLANES DE DIFUSIÓN:		Internos y externo					
Elaborado por: Abog. Luis Calix		Revisado por: Mauricio Medina		Verificado por: Abogado David Archaga		Aprobado por: Lic. David Zelaya	
Firma:		Firma:		Firma:		Firma:	
Fecha: Diciembre del 2023		Fecha: Diciembre 2023		Fecha: Diciembre 2023		Fecha: Diciembre 2023	

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p align="center">HONDUCOR 11 de 45</p>

**EMPRESA DE CORREOS DE
HONDURAS HONDUCOR**

“DEPARTAMENTO MERCADEO”

**PROCEDIMIENTO
ELABORACION PLAN DE MERCADEO**

**CÓDIGO
“EPM-JM-001”**

FEBRERO 2024

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	12 de 45

Elaboración del Documento

Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Mauricio Medina	Jefe de Mercadeo	Departamento Mercadeo	Febrero 2024	

Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	

Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	13 de 45

Tabla de Contenido

1. Objetivo del Procedimiento.....	14
2. Alcancen de del Procedimiento.....	14
3. Marco Legal del Procedimiento.....	14
4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	15
5. Responsable del Procedimiento.....	15
6. Insumos del Procedimiento.....	15
7. Productos o resultados del Procedimiento.....	16
8. Definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	16
9. Descripción del Procedimiento.....	16,17
10. Diagrama de Flujo del procedimiento.....	18
11. Gestión del Riesgo.....	19
12. Elementos Transversales del Procedimiento.....	20
13. Biografía.....	21
14. Anexos.....	21
15. Control de Cambios del Procedimientos.....	22

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	14 de 45

12. Objetivo del Procedimiento

Crear o aumentar la lealtad o preferencia de la marca. Atraer tráfico al sitio Web. Impulsar las ventas durante un periodo de tiempo específico o para un producto o servicio concreto. Generar entusiasmo o expectación en torno a un producto o servicio.

13. Alcance del Procedimiento

Ampliar la cantidad de personas que vean o escuchen la publicidad, muy importante para determinar el impacto de la campaña y su efectividad en términos de llegar a su público objetivo.

14. Marco Legal de Creación

1. Reglamento de la Ley Orgánica de HONDUCOR

15. Políticas y alineamientos del Procedimiento

Establecer los procesos para documentar las producciones en relación a la coordinación del departamento de Mercadeo para la ejecución de las proyecciones y actividades programadas.

16. Responsables del Procedimiento

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Departamento de Mercadeo	Jefe de Mercadeo	Responsable de establecer una mejora imagen de la empresa y sus productos y servicios, respetando su visión y valores para incrementar las ventas y la confiabilidad del usuario.
Departamento de Mercadeo Diseñador grafico	Asistente grafico	Ejecutar los aspectos de producción de materiales audiovisuales, electrónicos e impresos. Mantener actualizadas las plantillas de diseño y

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	15 de 45

		guías de estilo, mantener un buen banco de foto, ilustraciones existentes y guías tipográficas. Aporte creativo.
Videografo	Asistente visual	Creación de piezas audiovisuales en distintos formatos (Videos infográficos, historias, capsulas informativas, documentales cortos entre otros) realización de fotografías y/o foto reportajes de las actividades desarrolladas. Redacción de guiones narrativos y técnicos.

17. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de guarda	Tiempo de Guarda
PEM-DM-001	Plan estratégico mercadeo	Departamento Mercadeo	1 año

18. Productos o Resultados del Procedimiento

Código	Productos	Lugar de Guarda	Tiempo de Guarda
ECP-DM-002	Ejecución de las Campañas Publicitarias	Departamento Mercadeo	1 año

19. Definición de Glosario de Términos, siglas y Abreviaturas

Público Objetivo: Grupo de personas que reúne las características generales de los individuos que consumen o necesitan nuestro producto, servicio o marca.

Posicionamiento: Lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto al resto de sus competidores.

Publicidad institucional: Forma de comunicación pública realizada a través de cualquier medio y utilizando soportes pagados o cedidos con la finalidad de transmitir a los ciudadanos mensajes de interés público.

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.0”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>16 de 45</p>

Videografo: Profesional especializado en imágenes que realiza videos y fotografías para eventos. Tiene conocimientos en edición,

Plan de Campaña: Elaboración de mensajes convincentes e inspiradores, la selección de canales apropiados y la implementación de tácticas basadas en insights para llegar de manera efectiva a la audiencia objetivo.

Insights: Termino empleado para referirse a un descubrimiento, una idea reveladora que nos da la clave para poder resolver un problema.

Cientes Potenciales: Persona que pueda convertirse en consumidor de un producto o servicio.

Mapeo: Es una herramienta con la que se puede Identificar y evaluar a los clientes potenciales.

20. Descripción del Procedimiento

Jefe de Mercadeo

1. Elaboración del plan de trabajo anual, identificando los servicios más utilizados por los usuarios en acompañamiento con los Departamentos Comercial, Relaciones Publicas y Diseño Gráfico.
2. Desarrollar estrategias que mantengan y aumenten la participación del mercado de la empresa.
3. Crear estrategias publicitarias y promocionales con el desarrollo de campañas y eventos institucionales
4. Estudiar la calidad del producto en el mercado y mejoras a futuro.
5. Organizar los equipos de diseño gráfico, videografo y dotar de material a los departamentos de Comercialización y Relaciones Publicas, así como a Despacho Publico y Recursos Humanos en la realización de campañas internas.
6. Creación de nuevos productos al mercado,

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.0”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>17 de 45</p>

Diseño Grafico

1. Desarrollo de identidad visual, crear y mantener la identidad visual de la empresa, que incluye el logotipo, colores corporativos y tipografía.
2. Asegurar que todos los materiales de marketing y comunicación sigan las pautas de la identidad visual de la empresa.
3. Diseño de materiales de marketing: Crear materiales de marketing como folletos, carteles, volantes, banners y anuncios que reflejen la imagen de la marca y comuniquen eficazmente el mensaje deseado.
4. Diseño de material impreso y digital: Diseñar material impreso como catálogos, tarjetas de presentación, papelería y envases. Crear gráficos para medios digitales como redes sociales, sitios web, aplicaciones y presentaciones

Videografo:

Se encarga de grabar y producir material audiovisual. Su trabajo consiste en capturar imágenes y sonidos con cámaras y equipo de audio de alta calidad para ofrecer videos que puedan ser utilizados con fines publicitarios.

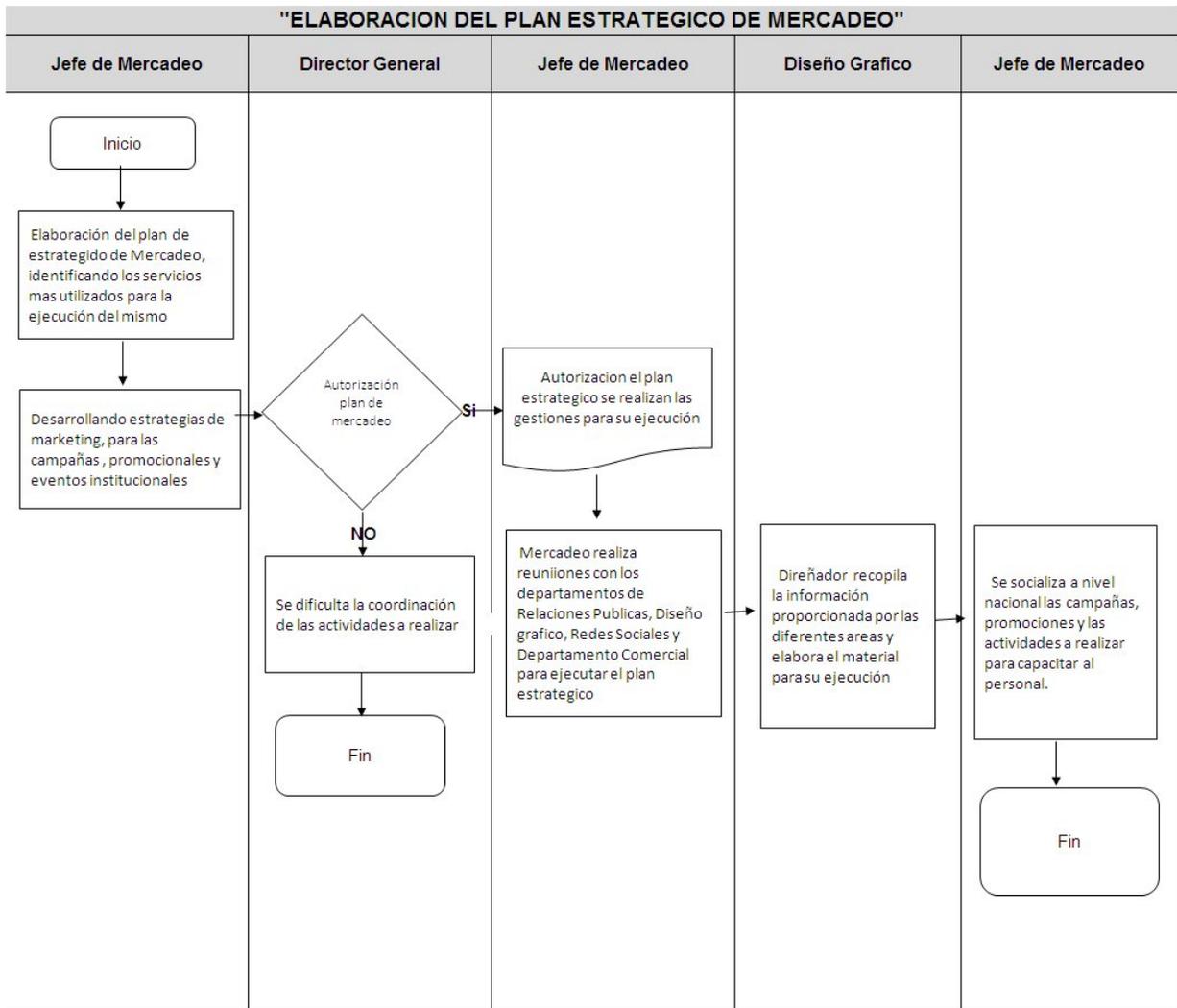
1. Grabar videos y tomar fotografías de manera profesional, dependiendo de las asignaciones dadas
2. Transportar, montar y utilizar el equipo de producción
3. Editar videos de manera profesional musicalizando, rotulando, y poniendo efectos sonoros y de video diversos.
4. Mantenerse al día con los últimos avances de la tecnología. solicitados

Jefe de Mercadeo

7. Autorizar los diseños solicitados y entregar a los diferentes departamentos que los han solicitado, para su aprobación final.

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p>Versión “1.0”</p>	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p>HONDUCOR 18 de 45</p>

Diagrama de Flujo del procedimiento



	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”	
	“DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	19 de 45

21. Matriz de actividades, responsables y formularios

No.	Etapa del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsabilidad	Producto	Envío a:
1	Coordinación del equipo de trabajo	Ejecutar el plan de Mercadeo	Plan de Mercadeo	Cronograma de actividades	mensual	Jefe de Mercadeo	Presencia de Marca	Dirección General
2	Estratégicas de Marketing	Investigación de mercado	Competencia	Base de datos competencia	Continuo	Jefe de Mercadeo	Ser Competitivos con la competencia	Dirección General
3	Estrategias de publicidad y promocionales	Campañas y eventos institucionales	Cronograma de Actividades	Plan estratégico de mercadeo	Continuo	Jefe de Mercadeo	Ejecución de campañas	Dirección General
4	Desarrollo de identidad visual, diseño	Material visual	Equipo visual	Cronograma de actividades	Continuo	Diseñador Grafico	Material POP, contenido	Jefe de Mercadeo

22. Matriz de Riesgos

 EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS MATRIZ PARA LA EVALUACION, ANALISIS Y RESPUESTA A LOS RIESGOS 											
PROCESO: NOMBRE DEL SUBPROCE OBJETIVO:			ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO Desarrollo de estrategias, Creacion de nuevos Productos								
(1) no.	(2) Etapa del Proceso	(3) Descripción del Riesgo	Riesgo Inherente		(6) Zona de Riesgo Preliminar	(7) Controles Obligatorios para mitigar los riesgos	(8) Controles que existen en la entidad	Riesgo Residual		(12) Zona de Riesgo Final	(13) Respuesta a los Riesgos
			(4) P	(5) I				(10) P	(11) I		
1	Elaboración del plan de trabajo anual	No contar con un plan de marketing	3	3	A	Cronograma de actividades	equipo de trabajo	3	3	A	Reducir el Riesgo
2	Identificación de los Servicios postales mas rentables para su publicidad	No contar con los datos de venta de las agencias por producto	3	2	M	Reporte de ventas a Nivel Nacional	informes de ingreso	3	1	M	Costo Beneficio
3	Desarrollo de estrategias de Marketing	No contar con campañas para promocionar	4	5	E	Cronograma de actividades	campañas autorizadas	4	4	E	Reducir el Riesgo
4	Creación de Nuevos Productos o Servicios	No contar con los procesos de implementación	2	2	B	procesos establecidos	procesos internos	2	2	B	Aceptación del Riesgo
5	Desarrollo de materiales publicitarios	No contar con el personal para la elaboración del material	3	2	M	Diseño de Materiales	Material PoP, visual	3	1	B	Aceptar el Riesgo
Elaborado por: Mauricio Medina			Revisado por: Abogado David Archaga			Autorizado por: Lic. David Zelaya					
Firma:			Firma:			Firma:					
Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024					

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	20 de 45

23. Elementos Transversales del Procedimiento

Denominación del Proceso: ELABORACION PLAN DE MERCADEO			
Preguntas de Verificación	Si	No	Respuestas de Verificación
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		Se trabaja en actividades de motivación y sentido de pertenencia a la empresa desarrollando campañas de concientización internas
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?	X		Se procura hacer estudios de mercado por zonas determinando la independencia de cada zona según sus necesidades
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		Se procura obtener respuestas positivas involucrando a la ciudadanía en la positiva percepción de la institución.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		Se procura proyectar una imagen de transparencia para reforzar la confianza y credibilidad en nuestra institución
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Campañas publicadas
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Efectivamente

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	21 de 45

24. Biografía

Ley Orgánica de HONDUCOR

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1yFQRC4HVG9Zof9zl5aw-v012qbn7Ov5y>

Redes sociales de la Institución

25. Anexos

26. Control de Cambios

Dentro de los cambios que se tienen que realizar entre los procesos a lo largo del tiempo es una mayor conexión con todas las agencias a nivel nacional para tener un mayor control del desenvolvimiento de las mismas, así como más comunicación con los departamentos administrativos que controlan los ingresos de todas las agencias.

Historia de Cambios al Procedimiento

(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)

Fecha	Versión	Autor		descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p align="center">HONDUCOR 22 de 45</p>

**EMPRESA DE CORREOS DE
HONDURAS HONDUCOR**

“DEPARTAMENTO MERCADEO”

**PROCEDIMIENTO
REALIZACION DE CAMPAÑAS
PUBLICITARIAS**

**CÓDIGO
“RCP-JM-002”**

FEBRERO 2024

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	23 de 45

27. Elaboración del Documento

Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Mauricio Medina	Jefe de Mercadeo	Departamento Mercadeo	Febrero 2024	 

Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	 

Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	 

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.0”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>24 de 45</p>

Tabla de Contenido

1.	Objetivo del Procedimiento.....	25
2.	Alcancen de del Procedimiento.....	26
3.	Marco Legal del Procedimiento.....	26
4.	Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	26
5.	Responsable del Procedimiento.....	26
6.	Insumos del Procedimiento.....	26
7.	Productos o resultados del Procedimiento.....	26
8.	Definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	27
9.	Descripción del Procedimiento.....	27,28
10.	Diagrama de Flujo del procedimiento.....	28
11.	Gestión del Riesgo.....	29,30
12.	Elementos Transversales del Procedimiento.....	31
13.	Biografía.....	32
14.	Anexos.....	33
15.	Control de Cambios del Procedimientos.....	33
1.		

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">25 de 45</p>

30. Objetivo del Procedimiento

Mantener la marca posicionada en el mercado, ofreciendo servicios de calidad promocionando los servicios Postales, creando nuevos productos para el incremento de la gama de productos.

31. Alcance del procedimiento

Obtener el mayor alcance promocionando los servicios Postales en los diferentes medios de comunicación, y plataformas que ayuden a potenciar la marca.

32. Marco Legal de Creación

1. Reglamento de la Ley Orgánica de HONDUCOR

33. Políticas y Alineamientos del Procedimiento

Establecer los requerimientos para el desarrollo de campañas publicitarias, eventos institucionales para mantener un control y presencia en las diferentes actividades del sector Privado y Gubernamental.

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	26 de 45

34. Responsable del Procedimiento

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Departamento de Mercadeo	Jefe de Mercadeo	Es responsable de la realización de campañas publicitarias, nuevos productos y servicios.
Departamento Comercial	Coordinadora Comercial/ventas	Son responsables de ofrecer los Servicios Postales a la población hondureña y a los clientes corporativos, material proporcionado por el departamento de Mercadeo.
Departamento de Relaciones Publicas	Jefe de Relaciones Publicas	Responsable de la divulgación de los materiales proporcionados por el departamento de Mercadeo.
Departamento de Mercadeo	Diseño Grafico	Responsable de la elaboración del material para las diferentes actividades programadas.

35. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de guarda	Tiempo de Guarda
PEM-DM-001	Plan estratégico de Mercadeo	Departamento de Mercadeo	1 año

36. Productos o Resultados del Procedimiento

Código	Productos	Lugar de Guarda	Tiempo de Guarda
CP-DM-003	Campañas Publicitarias	Departamento Mercadeo	1 año

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.0”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>27 de 45</p>

37. Definición de Glosario de Términos, siglas y Abreviaturas

1. **Brief creativo:** Documento que se utiliza en creatividad y marketing para establecer las bases de un proyecto creativo.
2. **Story board:** Conjunto de ilustraciones que aparecen en secuencia y que se utilizan como guía para entender una historia para pre visualizar un comercial o video.
3. **Story line:** Breve sinopsis de un guion elaborado en pocas líneas para entender la historia de un comercial o video.

Contrato de Servicio Postal: Tiene como objeto la contratación de los servicios postales de mensajería y paquetería

Procesos Operativos: Son los procesos primarios que se emplean a una actividad operativa, muy esencial y giran en torno al objetivo final de la empresa.

38. Descripción del Procedimiento No. 2

Realización de Campañas Publicitarias, Creación de Nuevos Productos.

Jefe de Mercadeo

1. Elaboración de Campañas Publicitarias que vallan orientadas a las fiestas festivas del país y la Institución.
2. Elaboración de pautas publicitarias para los diferentes medios de comunicación.
3. Creación y desarrollo de productos y servicios para ser competitivos ante la competencia.
4. Procesos en la Creación de productos y Servicios

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p>Versión “1.0”</p>	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p>HONDUCOR 28 de 45</p>

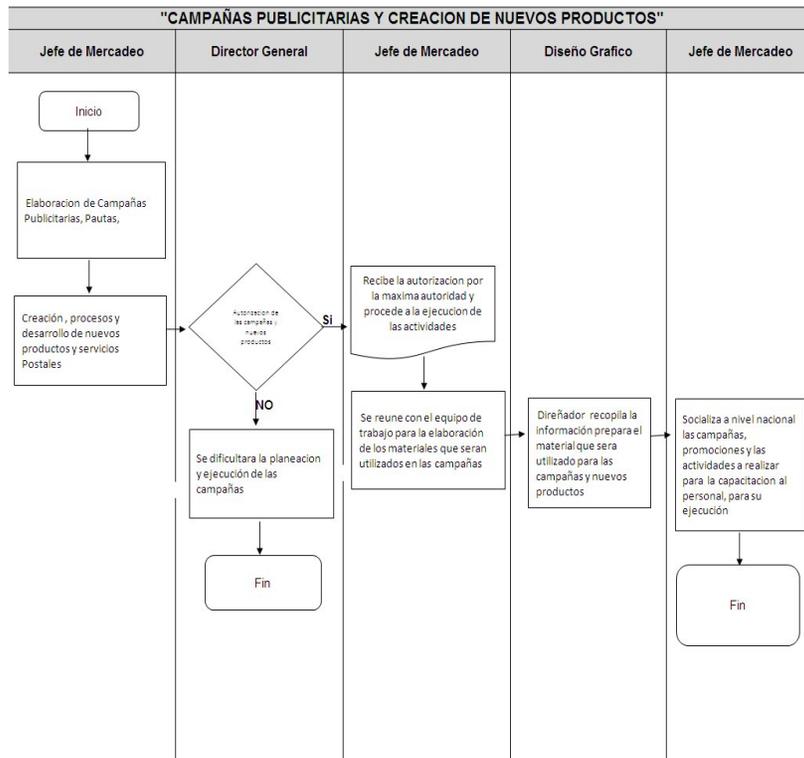
Diseño Grafico

5. Elaboración del material visual para las diferentes campañas publicitarias, story boards, story lines en base al brief creativo para los diferentes medios

Videografo

6. Grabar videos y tomar fotografías de manera profesional, de las diferentes campañas publicitarias y promocionales asignados
7. Transportar, montar y utilizar el equipo de producción
8. Editar videos de manera profesional musicalizando, rotulando, y poniendo efectos sonoros y de video diversos.

39. Diagrama de Flujo del procedimiento



	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	29 de 45

40. Matriz de actividades, responsables y formularios

No	Etapa del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsabilidad	Producto	Envío a:
1	Realizar campañas publicitarias	Posicionamiento de marca y incrementar los ingresos.	Campañas Autorizadas	Plan estratégico de Mercadeo	Programados	Departamento de Mercadeo	Promocionar la marca	Coordinadora Comercial, Relaciones públicas y agencias a nivel nacional
2	Elaboración de material publicitario, BTL, ATL, ATM.	Elaboración de orden de pedido	Material visual	Orden de pedido con los requerimientos	Programados	Departamento de Mercadeo y Compras	Promoción en puntos de venta y lugares estratégicos	Mercadeo, comercial y Relaciones públicas
3	Material Publicitario elaborado	Organizar y se envía a las oficinas solicitantes	Material solicitado	Se instruye para la colocación de la marca	Programados	Departamento de mercadeo	Promoción en puntos de venta y lugares estratégicos	Coordinación Mercadeo
4	Promoción masiva y visibilidad de la marca	Colocación de la marca en eventos públicos, programas televisivos entre otros	Presencia de marca	Colocación de banner, vallas, manta, afiches, rótulos	Programados	Departamento de Mercadeo y Relaciones Publicas	Mayor promoción de la marca en los diferentes eventos.	Coordinación Mercadeo Relaciones Publicas y Dirección General

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”	
	“DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	30 de 45

41. Matriz de Riesgos

		EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS MATRIZ PARA LA EVALUACION, ANALISIS Y RESPUESTA A LOS RIESGOS									
PRCESO:		ELABORACION DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS									
NOMBRE DEL SUBPROCESO:		Creacion de nuevos productos. Pautas Publicitarias y Material Visual y audio									
OBJETIVO:											
(1) no.	(2) Etapa del Proceso	(3) Descripción del Riesgo	Riesgo Inherente		(6) Zona de Riesgo Preliminar	(7) Controles Obligatorios para mitigar los riesgos	(8) Controles que existen en la entidad	Riesgo Residual		(12) Zona de Riesgo Final	(13) Repuesta a los Riesgos
			(4) P	(5) I				(10) P	(11) I		
1	Elaboración de Campañas publicitarias	No tener autorizadas las campañas	3	4	E	Campañas Autorizadas	equipo de trabajo	3	1	B	Aceptar el Riesgo
2	Pautas Publicitarias	No tener material para pautar ni presupuesto	3	5	E	Material Publicitario	Cronograma de actividades	3	2	M	Aceptar el Riesgo
3	Creacion de Nuevos Productos	No ejecutar los nuevos Servicios	3	5	E	Procesos de creación y operativos	Capacitación nuevos servicios	3	2	M	Reducir el Riesgo
4	Elaboración de Material de Publicidad	No contar con el personal de Diseño	5	5	E	Material Publicitario	Publicaciones de los materiales	5	5	E	Reducir el Riesgo
5	Desarrollar material Visual y audio	No tener presupuesto, personal ni equipo	3	5	E	Material Publicitario	Publicaciones de los materiales	3	2	M	Reducir el Riesgo
Elaborado por: Mauricio Medina			Revisado por: Abogado David Archaga			Autorizado por: Lic. David Zelaya					
Firma:			Firma:			Firma:					
Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024					

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	31 de 45

42. Elementos Transversales del Procedimiento

Denominación del Proceso: REALIZACION DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS			
Preguntas de Verificación	Si	No	Respuestas de Verificación
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		El contenido de las campañas va dirigido a proyectar una imagen de seguridad y confianza del usuario.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?	X		Las campañas por zonas se realizaran para definir los diferentes mercados y tener coordinadores
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		Se motiva con las campañas a la participación de los clientes, la fidelidad a la marca y la respuesta a los mensajes positivos de la inatitucion.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		S desarrollan y promocionan actividades que promuevan la transparencia y el acceso a la informacion publica.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Contratos firmados
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Efectivamente

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">32 de 45</p>

43. Biografía

Ley Orgánica de HONDUCOR

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1yFQRC4HVG9Zof9zl5aw-v012qbn7Ov5y>

44. Anexos

Marca publicitaria colocada en los diferentes oficinas de Correos de Honduras



45. Control de Cambios

Dentro de los cambios que se tienen que realizar entre los procesos en esta nueva administración es el posicionamiento de la marca de Correos de Honduras en los diferentes establecimientos de todo el país, con el fin marcar una diferencia que la población asocie a la institución postal como lo dice el eslogan rápido, seguro, confiable.

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">33 de 45</p>

Historia de Cambios al Procedimiento

(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)

Fecha	Versión	Autor		Descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p>Versión “1.0”</p>	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p align="center">HONDUCOR 34 de 45</p>

**EMPRESA DE CORREOS DE
HONDURAS HONDUCOR**

“DEPARTAMENTO MERCADEO”

**PROCEDIMIENTO
PRODUCCION Y DIFUSION DE LAS
CAMPAÑAS**

**CÓDIGO
“PDC-JM-003”**

FEBRERO 2024

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	35 de 45

46. Elaboración del Documento

Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Mauricio Medina	Jefe de Mercadeo	Departamento Mercadeo	Febrero 2024	 

Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	 

Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	 

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">36 de 45</p>

Tabla de Contenido

1. Objetivo del Procedimiento.....	37
2. Alcancen de del Procedimiento.....	37
3. Marco Legal del Procedimiento.....	37
4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	37
5. Responsable del Procedimiento.....	38
6. Insumos del Procedimiento.....	39
7. Productos o resultados del Procedimiento.....	39
8. Definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	39
9. Descripción del Procedimiento.....	39,40
10. Diagrama de Flujo del procedimiento.....	41
11. Gestión del Riesgo.....	41,42
12. Elementos Transversales del Procedimiento.....	43
13. Biografía.....	44
14. Anexos.....	44
15. Control de Cambios del Procedimientos.....	44

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.0”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">37 de 45</p>

8. **Producción y difusión de las campañas Producción y difusión de las campañas.** Montaje de eventos, actividades, activaciones, visitas a medios de comunicación, dirigidos a potenciar nuestra marca y lograr mayores ventas según los mercados determinados.

49. Objetivo del Procedimiento

Mercadeo cumple con un papel fundamental con las diferentes actividades que realiza la institución postal, creando una excelente campaña de mercadeo acompañado con los equipos de comunicaciones, los activos de las instituciones suben considerables y se vuelven negocios rentables y exitosos

50. Alcance del Procedimiento

Crear contenido publicitario, de mantener la presencia de marca en las diferentes actividades que se ejecuten en la institución.

51. Marco Legal de Creación

Reglamento de la Ley Organiza de HONDUCOR

52. Políticas y Alineamientos del Procedimiento

El presente documento es creado, para la elaboración de material publicitario, siguiendo los procedimientos, desde la solicitud a los departamentos involucrados, hasta obtener el producto en cada lugar se requiere presencia de la marca corporativa.

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	38 de 45

53. Responsables del procedimiento

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Departamento Mercadeo	Jefe de Mercadeo	Creación del producto, presentando una propuesta del insumo requerido, socializándola con el equipo de trabajo.
Departamento Mercadeo	Jefe de Mercadeo y equipo de trabajo	se trabaja con el diseñador gráfico, este a su vez aplica el manual de la línea gráfica institucional y elaborar el trabajo según lo solicitado por el área de mercadeo.
Director General	Director General y Jefe de Mercadeo	Una vez finalizado pasa a manos del director general, para su aprobación y se procede a colocar la marca en los puntos de venta.

54. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de guarda	Tiempo de Guarda
	Material Publicitario POP, ATM. ATL	Departamento Mercadeo	1 año
	Campaña de promocionales dirigidas a medios de comunicación	Departamento Mercadeo	1 año

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	39 de 45

55. Productos o Resultados del Procedimiento

Código	Productos	Lugar de Guarda	Tiempo de Guarda
	Insumos colocados en los oficinas postales y promocionales en los medios de comunicación	Departamento de Mercadeo	Tiempo indefinido

56. Definición de Glosario de Términos, siglas y Abreviaturas

Material POP: es ese material que las compañías suelen colocar en el punto de venta para que los clientes siempre tengan presente a la marca y con el objetivo de conseguir otra venta. Hay algunas empresas que actualmente utilizan ese recurso en concursos o a forma de regalo directamente.

BTL: se refiere a las acciones promocionales que apuntan a un grupo de consumidores específicos de una marca o producto.

ATL: son las acciones publicitarias con objetivos de alcance masivo, por lo que están dirigidos a la población en general.

57. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO No. 3

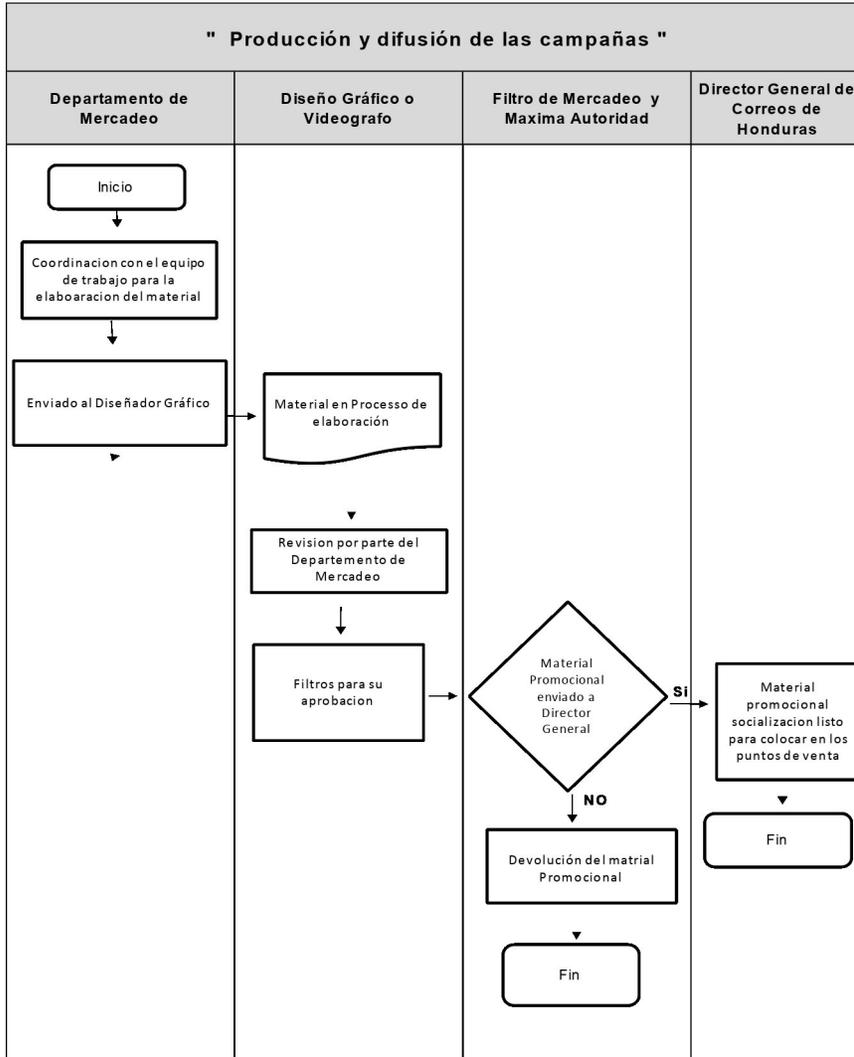
Jefe de Mercadeo

1. Coordinación con el equipo de trabajo para la elaboración de material publicitario
2. Conocer la necesidad y que tipo de producto es que le se dese elaborar.
3. A que target va dirigido
4. La cantidad de insumos que se mandaran a elaborar
5. Realizar solicitud al departamento de compras
6. Enviarlos a elaboración, con el proveedor que presente mejor propuesta y que sea de buena calidad
7. Promocionales, en los diferentes puntos de venta, se realiza una especie de publicidad local en la zona con el material ya elaborado}

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
<p>Versión “1.0”</p>	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FEBRERO 2024</p>	<p>HONDUCOR 40 de 45</p>

8. Creación de campañas promocionales dirigidas a medios de comunicación
9. Creación de campañas dirigidas y en beneficio a la población

58. Diagrama de Flujo del procedimiento



	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	41 de 45

59. Matriz de actividades, responsables y formularios

No.	Etapa del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsabilidad	Producto	Envío a:
1	Coordinación con los equipos de trabajo para la elaboración del material publicitario	Identificar los creativos en las áreas de trabajo	CMP- M-001	Material Publicitarios	1 semana	Jefe de mercadeo	Elaboración de Material Publicitario	Departamento de Mercadeo
2	Enviado a diseño gráfico	Proceso de elaboración	DG- M-002	Imágenes o videos publicitarios	Continuo	Jefe de Mercadeo	Elaboración de Imagen o videos Promocionales	Departamento Mercadeo
3	Revisión en el departamento de Mercadeo	Se socializa con los filtros del departamento de Mercadeo	CMP- M-003	Se verifica la calidad de la imagen ortografía, musicalización y que cuente con todos los elementos	Continuo	Jefe de Mercadeo	Material terminado	Departamento Mercadeo
4	Material publicitario finalizado	Visto del Director General	CMP-M-004	Filtro aprobado	Continuo	Jefe de Mercadeo	Aprobado para promoción	Departamento de Mercadeo

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”	
	“DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	42 de 45

60. Matriz de Riesgos



EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS
MATRIZ PARA LA EVALUACION, ANALISIS Y RESPUESTA A LOS RIESGOS



PROCESO: **FACTURACION DE LOS SERVICIOS POSTALES**
 NOMBRE DEL SUBPROCESO: **Forma de pago y control interno de ingresos**
 OBJETIVO:

(1) no.	(2) Etapa del Proceso	(3) Descripción del Riesgo	Riesgo Inherente		(6) Zona de Riesgo Preliminar	(7) Controles Obligatorios para mitigar los riesgos	(8) Controles que existen en la entidad	Riesgo Residual		(12) Zona de Riesgo Final	(13) Respuesta a los Riesgos
			(4) P	(5) I				(10) P	(11) I		
1	Control de los clientes que utilizan línea de crédito	No contar con el contrato o el detalle de ventas por cliente	3	3	A	Contratos de Servicios postales	contratos firmados	3	3	A	Reducir el Riesgo
2	Recolecta o depósito de la correspondencia o paquetería en nuestras oficinas a nivel nacional	No contar con la logística para recolecta	5	4	E	coordinación de recolecta	control por llamados	2	2	B	aceptar el riesgo
3	Facturas emitidas por los despachos públicos a nivel nacional	No elaborar las facturas	5	5	E	Facturas emitidas	control de entrega de facturas al departamento de cobros	3	3	A	Compartir o transferir
4	Recopilar las facturas por medio de crédito de las agencias a nivel nacional	No enviar en tiempo y forma las facturas a cobro	5	5	E	Facturas emitidas	Estado de cuenta	5	5	E	Compartir o transferir
5	Elaboración del estado de cuenta y envío al cliente para su trámite de pago	No tener el total de las facturas emitidas	5	5	A	Facturas emitidas	control de estados de cuentas y carpeta por cliente	5	5	E	Enviar
6	Forma de pago	No establecer forma de pago	3	3	E	Contratos Firmados y Remisión de entrega a los departamentos involucrados	Control de las remisiones enviadas al departamento Legal	3	3	A	Reducir el Riesgo
7	Cancelación del servicio postal a los clientes en mora	no realizar las gestiones de cobros en acompañamiento con el departamento Legal	5	5	E	no se maneja control, se tiene que implementar	no se maneja control se tiene que implementar	4	3	A	Evitar
Elaborado por: Jenny W. Lopez			Revisado por: Abogado David Archaga			Autorizado por: Lic. David Zelaya					
Firma:			Firma:			Firma:					
Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024			Fecha: Diciembre 2024					

	“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR” “DEPARTAMENTO MERCADEO”	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	43 de 45

61.Elementos Transversales del Procedimiento

Denominación del Proceso: PRODUCCION Y DIFUSION DE CAMPAÑAS			
Preguntas de Verificación	Si	No	Respuestas de Verificación
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		Siempre se desarrollan mensajes internos de anticorrupcion.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?	X		La produccion y difusion de mensajes siempre se concretizan en esta etapa orientadas a la descentralizacion.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		Los mensajes van orientados a tener respuestas de la ciudadanía en general
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		Se podran producir mensajes orientados a la transparencia.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Material producido
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Efectivamente

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO MERCADEO”</p>	
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	HONDUCOR
Versión “1.0”	FEBRERO 2024	44 de 45

62. Biografía

Ley Orgánica de HONDUCOR

63. Anexos



64. Control de Cambios

Dentro de los cambios que se tienen que realizar en este proceso a lo largo del tiempo es la utilización de un mayor número de medios ATL, medios masivos de comunicación así como la compra de espacios para mayor difusión.

Historia de Cambios al Procedimiento

(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)

Fecha	Versión	Autor		Descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma