

## Prácticas Pre Profesionales COMU - 2025 [practicascocom@gmail.com](mailto:practicascocom@gmail.com)

*Revista Hecho en Buenos Aires.  
Inclusión de personas en situación de calle.  
Marketing digital para la sostenibilidad económica de HBA.*

**Materia: Diseño Estratégico de la Comunicación en las Políticas Públicas (Cátedra Bruno)**  
**Docente titular: Bruno, Daniela**

**Materia: Campañas publicitarias**  
**Docente titular: Victoria Ponferrada**

**Breve descripción o referencias del espacio de práctica (puede incluir links a página web, redes sociales, artículos, etc.):**

Hecho en Bs As es una empresa social con más de 25 años de trayectoria. Su fin es promover la inclusión social, cultural y económica ofreciendo oportunidades de inserción social y laboral a personas en situación de calle o en riesgo de estarlo. La organización publica mensualmente la [REVISTA Hecho en BS AS](#) en soporte papel y digital. Con la venta de la revista, el aporte de los y las suscriptores mensuales, la venta de publicidad y la recepción de donaciones se genera un ingreso que se utiliza para sostener las actividades sociales y formativas que ofrece la organización. Para más información sobre estos servicios ir [aquí](#).

<https://www.instagram.com/hechoenbsasempresasocial/>

<https://www.facebook.com/hechoenbsas/>

<https://www.youtube.com/@revistahechoenbuenosaires>

**Referente/s docente/s a cargo del acompañamiento del proyecto:**

Daniela Bruno será la encargada del acompañamiento y seguimiento de los estudiantes. Victoria Ponferrada participará en calidad de asesora en determinados momentos e instancias del proceso, dado su expertise en marketing digital.

**Breve descripción del proyecto o tareas a desarrollar (aportes, objetivos, metas, resultados, actividades y/o tareas):**

Los estudiantes deberán proponer una estrategia para el producto HBA, un plan de negocios y presentar este plan a la organización.

Las estrategias y el plan estarán fundamentados en un análisis situacional que contemple: el escenario (actores sociales, medios competidores, redes internacionales y nacionales que integra, etc); perfil del público HBA (lectorxs / compradorxs / lectorxs potenciales); perfil de vendedorxs; la organización (historia, visión, misión, características y servicios) y la revista (análisis de contenidos, alocutario construido, horizontes posibles).

Una vez aprobado el plan de negocios se armará un plan de trabajo que consistirá en la definición, características, entregables y análisis de factibilidad y expectativas de cada acción propuesta.

- Website (en tanto producto / stream de ingreso de fondos)
- Acciones de marketing (líneas de ingreso de fondos)
- Acciones específicas de ventas (condiciones de comercialización)
- Acciones de prensa
- Estrategia de medios digitales propios.

Una vez concluida la inscripción y definida la cantidad de estudiantes inscriptxs y sus perfiles, la organización y las docentes definirán las metas de la práctica para el período indicado más abajo. Le daremos prioridad a las tareas iniciales de análisis situacional.

**Lugar, días y horarios previstos para el desarrollo de la práctica (aclarar si la solicitud incluye distintos horarios y/o funciones para les practicantes):**

Los encuentros con las docentes y las representantes de la organización se realizan en forma virtual, los días viernes entre las 14 y las 16 h. La frecuencia de las reuniones puede variar (semanal, quincenal o mensual) a lo largo del cuatrimestre dependiendo de lo que requiera el plan de trabajo. Si el proceso lo requiere y fuera factible para les estudiantes,

2



**PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES 2024**

eventualmente podrán organizarse visitas a la organización para una mejor inmersión en la organización, sus servicios, su territorio y su población destinataria.

**Requisitos específicos que deberán tener las y los estudiantes (si hubiese algún tipo de requerimiento especial como puede ser dominio de un idioma o conocimiento de una temática en particular):**

Si bien no es un requisito excluyente, se buscan estudiantes con antecedentes de trabajo, conocimientos y habilidades de marketing digital, e interés en investigar e integrar equipos de trabajo con organizaciones dedicadas a la población en situación de calle. También se

valorará positivamente (sin ser excluyente) que los estudiantes hayan cursado al menos alguna de estas asignaturas: campañas publicitarias, comercialización, técnicas de investigación en opinión pública.

**Requisitos para la acreditación de la práctica (*si se van a tener en cuenta entregables, metas a alcanzar, presencias específicas, etc*):**

Un análisis situacional de HBA, una estrategia para el producto HBA, un plan de negocios para HBA y, en cada caso la presentación a la organización de los antedichos entregables