



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PRÁCTICA PROFESIONAL

GRUPO PRO-TEC HONDURAS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

21641074 ROSA ELENA RIVAS CASTRO

ASESOR: LIC. GREACY PINEDA

CAMPUS SAN PEDRO SULA;

JULIO, 2021

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

En primera instancia, le agradezco a Dios que siempre me mantuvo de su mano a lo largo del camino, me ayudó a nunca desistir y me brindó la fuerza y sabiduría necesaria para culminar una de las etapas más importantes en mi vida. Agradezco el apoyo incondicional de mi familia.

Este trabajo va dedicado a mis padres Ricardo Rivas Hernández y Gilma Lenia Castro Rodríguez. Este éxito y todos los que estén por venir se los dedico a ellos y a Dios por nunca abandonarme en los momentos más difíciles.

Agradezco la ayuda de mis catedráticos, compañeros y a la universidad en general por todo lo que me ofrecieron en mis años de estudios.

RESUMEN EJECUTIVO

En UNITEC, Universidad Tecnológica Centroamericana tiene como requisito de graduación la realización de proyecto de graduación o práctica profesional. Se optó por la práctica profesional la cual tiene como propósito elegir una empresa en donde se pueda poner a prueba todas las habilidades aprendidas a lo largo de la carrera universitaria.

Durante diez semanas el estudiante tendrá la oportunidad de desarrollar sus habilidades en un ambiente laboral de su elección en donde estará realizando diferentes asignaciones designadas por la empresa en que laborará. Se espera que durante estas semanas el estudiante aprenda a implementar su trabajo e ideas en situaciones laborales reales adquiriendo aún más conocimiento de lo aprendido en las clases.

El lugar elegido para realizar la práctica profesional es Grupo PRO-TEC de Honduras, empresa en el rubro de la seguridad. La práctica en el departamento de Gerencia de Mercadeo y Gerencia General de la empresa. En esta área se realizaron diferentes piezas gráficas y actividades destinadas a lograr una comunicación entre el colaborador y la empresa.

Enseguida, se detallarán diferentes actividades, habilidades y conocimientos aplicados por el practicante durante este trayecto. De igual forma se exponen diferentes propuestas de mejora ante los problemas percibidos durante la estadía en la empresa.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. OBJETIVOS.....	13
2.1. OBJETIVO GENERAL	13
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
III. MARCO CONTEXTUAL.....	14
3.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	14
3.1.1. GRUPO PRO-TEC HONDURAS.....	14
3.1.2. MISIÓN	14
3.1.3. VISIÓN.....	15
3.1.4. VALORES.....	15
3.1.5. UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	15
3.1.6. SERVICIOS QUE OFRECE	16
3.1.7. ORGANIGRAMA.....	17
3.2. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO	17
3.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	18
3.3.1. ENUNCIADO/PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
3.3.2. JUSTIFICACIÓN	21
IV. MARCO TEÓRICO.....	23
4.1. LÍNEA GRÁFICA	23
4.2. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	27
4.2.1. TIPOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	30
4.2.2. CANALES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA	30
4.2.3. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.....	31
4.3. MANUALES	32

4.3.1. ELEMENTOS QUE INCLUYE EL MANUAL DE MARCA.....	33
4.3.2. TIPOS DE LOGOS	34
.....	35
4.3.3. TIPOS DE MANUAL	35
4.4. COMUNICACIÓN INTERNA	39
4.4.1. COMO IMPLEMENTAR UNA BUENA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA	40
4.5. PÁGINAS WEB.....	42
4.6. FOTOGRAFÍA.....	44
4.6.1. CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA	45
4.6.2. TIPOS DE FOTOGRAFÍA	45
4.6.3. LA CÁMARA FOTOGRÁFICA	46
4.7. INFOGRAFÍAS.....	47
V. METODOLOGÍA	50
5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	50
5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN	50
5.3. CRONOLOGÍA DEL TRABAJO REALIZADO	51
VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	61
6.1. ACTIVIDAD 01: MANUAL CORPORATIVO	61
6.2. ACTIVIDAD 02: PERFIL CORPORATIVO.....	63
6.3. ACTIVIDAD 03: MINI SESIÓN FOTOGRÁFICA.....	64
6.4. ACTIVIDAD 04: PAPELERÍA.....	65
6.4.1. TARJETAS DE PRESENTACIÓN.....	65
6.4.2. PAPEL MEMBRETADO	67
6.4.3. FOLDER/CARPETA	68
6.4.4. SOBRE MEMBRETADO.....	69
6.5. ACTIVIDAD 05: DESARROLLO DE SWAT	70

6.6. ACTIVIDAD 06: ARTES DEL CALENDARIO FESTIVO	72
6.7. ACTIVIDAD 07: TRIFOLIO EMPRESARIAL.....	74
6.8. ACTIVIDAD 08: INFOGRAFÍAS.....	75
6.9. ACTIVIDAD 09: FOTOGRAFÍAS DE PORTADA FACEBOOK.....	76
6.10. ACTIVIDAD 10: PROPUESTA DE DISEÑO DE BANNER.....	77
6.11. ACTIVIDAD 11: PROPUESTA DE DISEÑO DE MUPIS	78
6.12. ACTIVIDAD 12: PROPUESTA DE DISEÑO DE LIBRETA CORPORATIVA.....	79
6.12.1. PORTADA/PARTE TRASERA	79
6.12.1. DISEÑO DE LAS HOJAS.....	80
6.13. ACTIVIDAD 13: LOGO VOLUNTARIADO CORPORATIVO	82
6.14. ACTIVIDAD 14: APLICACIONES DEL LOGO VOLUNTARIADO CORPORATIVO.....	84
6.15. ACTIVIDAD 15: PROPUESTA DE LOGOS PARA NUEVOS PROYECTOS.....	86
6.16. ACTIVIDAD 16: CONTENIDO PARA REDES SOCIALES	88
6.17. ACTIVIDAD 17: ARTES INFORMATIVOS.....	89
VII. PROPUESTAS DE MEJORA.....	90
7.1. MANUAL DE INDUCCIÓN.....	90
7.1.1. MANUAL DE INDUCCIÓN GENERAL PARA GERENCIA	91
7.1.2. COSTO DEL TRABAJO	92
7.1.3. COSTO-BENEFICIO	93
7.2. REDISEÑO DE LOGOS.....	95
7.2.1. ACTUALIZACIÓN DE LOS LOGOS DE GRUPO PRO-TEC HONDURAS	95
7.2.2. COSTO DEL TRABAJO	97
7.2.3. COSTO-BENEFICIO	98
7.3. REDISEÑO DE PÁGINA WEB	99
7.3.1. REDISEÑO DE SITIO WEB DE GRUPO PRO-TEC HONDURAS	101
7.3.2. COSTO DEL TRABAJO	103

7.3.3. COSTO-BENEFICIO	105
VIII. CONCLUSIONES.....	107
IX. RECOMENDACIONES	108
9.1. RECOMENDACIONES A GRUPO PRO-TEC DE HONDURAS	108
9.2. RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD.....	108
9.3. RECOMENDACIONES AL ALUMNO	108
X. CONOCIMIENTOS APLICADOS.....	110
XI. VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA	111
XII. BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	115

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación Grupo PRO-TEC Honduras.....	15
Ilustración 2. Organigrama.....	17
Ilustración 3. Artes Publicitarios 1	18
Ilustración 4. Artes Publicitarios 2	19
Ilustración 5. Sitio Web PRO-TEC	21
Ilustración 6. Ejemplo Línea Gráfica.....	24
Ilustración 7. Logotipo Chanel.....	24
Ilustración 8. Publicidad Chanel 1.....	25
Ilustración 9. Publicidad Chanel 2.....	25
Ilustración 10. Línea Gráfica Diunsa.....	26
Ilustración 11. Campaña Publicitaria Nike 1	28
Ilustración 12. Campaña Publicitaria Nike 2	28
Ilustración 13. Campaña Publicitaria Coca-Cola	29
Ilustración 14. Medios de Comunicación Externa	31
Ilustración 15. Campaña de Comunicación.....	32
Ilustración 16. Ejemplo de elementos en Manual de Marca.....	33
Ilustración 17. Tipos de Logos	34
Ilustración 18. Subdivisiones Isologo	35
Ilustración 19. Estructura Manual Organizacional.....	36
Ilustración 20. Logo Marca País.....	37
Ilustración 21. Manual de Marca, Marca País.....	38
Ilustración 22. Comunicación Interna.....	39
Ilustración 23. Logo UNAH	41
Ilustración 24. Ejemplo Página Web.....	42
Ilustración 25. Página Web Grupo Mac Del.....	43
Ilustración 27. Ejemplo Fotografía Publicitaria	45
Ilustración 28. Partes de una cámara.....	46
Ilustración 29. Madeline Granados-Fotografía.....	47
Ilustración 30. Ejemplo de infografía.....	48
Ilustración 31. Infografías CANATURH.....	49
Ilustración 32. Manual de Marca PRO-TEC	62
Ilustración 33. Perfil Corporativo	63
Ilustración 34. Resultado de Fotografías.....	64
Ilustración 36. Papel Membretado	67
Ilustración 37. Parte trasera carpeta.....	68
Ilustración 38. Sobre Membretado.....	69
Ilustración 39. Flyer Desarrollo SWAT	71
Ilustración 40. Arte del mes de mayo.....	72
Ilustración 41. Arte del mes de junio	73
Ilustración 42. Trifolio Empresarial	74
Ilustración 43. Infografías	75
Ilustración 44. Fotografía Portada Facebook #1.....	76
Ilustración 45. Banners.....	77
Ilustración 46. Mupi Grupo PRO-TEC.....	78
Ilustración 47. Propuesta #1 Libreta Corporativa.....	79
Ilustración 48. Propuesta #2 Libreta Corporativa.....	80

Ilustración 49. Propuesta #1 Hojas Libreta Corporativa	81
Ilustración 50. Propuesta #2 Hojas Libreta Corporativa	81
Ilustración 51. Propuesta #1 Logo Voluntariado Corporativo	82
Ilustración 52. Propuesta #2 Logo Voluntariado Corporativo	83
Ilustración 53. Camisa polo propuesta #1 Logo Voluntariado Corporativo	84
Ilustración 54. Camisa propuesta #2 Logo Voluntariado Corporativo	85
Ilustración 55. Propuestas Logo Clínica	86
Ilustración 56. Propuestas Logo Bufete #1	87
Ilustración 57. Propuestas Logo Bufete #2	87
Ilustración 58. Contenido Redes Sociales.....	88
Ilustración 59. Propuesta de Artes Carrusel	89
Ilustración 53. Ejemplo de Inducción	91
Ilustración 54. Manual de Inducción PRO-TEC	92
Ilustración 55. Logos actuales.....	96
Ilustración 56. Rediseño Logo PRO-TEC.....	96
Ilustración 57. Rediseño Logo SEC	96
Ilustración 58. Rediseño Logo SWAT	97
Ilustración 59. Página Actual Grupo PRO-TEC.....	102
Ilustración 60. Rediseño Sitio Web Grupo PRO-TEC.....	102
Ilustración 61. Costo de dominio en GoDaddy	104
Ilustración 62. Costo de hospedaje en GoDaddy	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cronología del desarrollo de práctica semana 01	51
Tabla 2: Cronología del desarrollo de práctica semana 02	51
Tabla 3: Cronología del desarrollo de práctica semana 03	53
Tabla 4: Cronología del desarrollo de práctica semana 04	54
Tabla 5: Cronología del desarrollo de práctica semana 05	55
Tabla 6: Cronología del desarrollo de práctica semana 06	56
Tabla 7: Cronología del desarrollo de práctica semana 07	57
Tabla 8: Cronología del desarrollo de práctica semana 08	58
Tabla 9: Cronología del desarrollo de práctica semana 09	59
Tabla 10: Cronología del desarrollo de práctica semana 10	60
Tabla 11: Cotización de Manual de Inducción	93
Tabla 12: Costo estimado por hora	94
Tabla 13: Costo de elaboración de Manual de Inducción PRO-TEC	94
Tabla 14: Cotización de Rediseño de Logos PRO-TEC	98
Tabla 15: Costo estimado por hora	98
Tabla 16: Costo de elaboración de Rediseño de Logos PRO-TEC	99
Tabla 17: Cotización de Rediseño del Sitio Web	104
Tabla 18: Costo estimado por hora	106
Tabla 19: Costo de elaboración del Rediseño del Sitio Web	106

GLOSARIO

ADOBE ILLUSTRATOR: Programa perteneciente a Adobe, utilizado para la elaboración de vectores y demás gráficos.

ADOBE PHOTOSHOP: Programa perteneciente a Adobe, utilizado para la edición de fotografías.

BOCETO: Borrador en el que se dibuja las ideas o la diagramación de una pieza a realizar.

BRANDING: Es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos.

CARRUSEL: Permite comunicarse con los clientes y brindarles información importante sobre el negocio, generalmente está conformado por varias imágenes.

CMYK: Mezcla de colores utilizadas en el método de impresión (Cian, Magenta, Amarillo y Negro).

DISEÑO GRÁFICO: Es la profesión que tiene como objetivo satisfacer las necesidades gráficas de una empresa.

DOMINIO: Es el nombre de una dirección que sirve para dirigirte al sitio web.

FEED: Es la vista en la cual se puede observar todas las publicaciones que un usuario ha subido en un orden temporal a la red social.

FOTOGRAFÍA: Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible el cual puede ser físico o digital.

HOSPEDAJE/HOSTING: También llamado alojamiento web, es el espacio en un servidor donde se guardan los archivos de la página, con la finalidad de que el sitio web pueda funcionar correctamente.

IMAGEN DE MARCA: Percepción de la marca según los consumidores.

IMAGOTIPO: Está compuesto por texto y una imagen o símbolo.

ISOLOGO: Está compuesto igual a el imagotipo, pero estos están unidos en una sola pieza, es decir, no se deben separar los elementos.

ISOTIPO: Estos se representan de forma simbólica y comunican la marca sin la necesidad de mencionarla.

LÍNEA GRÁFICA: Representación de la identidad visual de una empresa.

LOGOTIPO: Representación gráfica de la empresa.

MANUAL DE MARCA: Documento que contiene los elementos que conforman la identidad visual de una empresa.

MOODBOARD: Consiste en un collage de imágenes y objetos que crean una composición basada en un tema en particular.

MOCK-UP: Son montajes a escala de nuestro diseño sobre alguna representación de algunos de los elementos donde será aplicado.

MUPI: Son soportes publicitarios instalados en elementos de mobiliario urbano situados en los lugares más concurridos y céntricos de nuestras ciudades.

PÁGINA WEB: Es un documento electrónico adaptado para el Web, contiene información sobre un tema en particular que es almacenado en algún sistema de

cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet.

PLANTILLA: Es una pieza gráfica que sirve de modelo para la realización de un trabajo.

PLATAFORMA: Es una solución online que hacen posible la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet.

POST PUBLICITARIO: Es una composición de imágenes para dar a conocer a una empresa, marca o producto.

PSICOLOGÍA DEL COLOR: Investiga la influencia de los colores en la percepción y la conducta humana.

REEL: Es una nueva forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos en Instagram.

RGB: Mezcla de colores utilizados en el forma digital (Rojo, Verde y Azul)

SITEMAP: Es un mapa de un sitio web, como van colocados los elementos.

STATIONERY: Es un término general que se refiere a el diseño de papelería y productos P.O.P de una empresa.

TIPOGRAFÍA: Rama del diseño destinada a la selección de diferentes tipos de fuentes para la elaboración de un arte.

URL: Uniform Resource Locator (Localizador de Recursos Uniforme), es una dirección que es dada a un recurso único en la Web.

VECTOR: Forma plana en la que se puede representar una imagen o un ícono.

VOLANTE O FLYER: Es un papel impreso cuyo contenido es preciso y puede ser informativo o publicitario.

I. INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico es una profesión, el cual su objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico. A través del diseño gráfico se puede comunicar un mensaje a un determinado grupo social con objetivos claros y definidos.

El diseño gráfico no se limita a la composición visual fija, sino también a los recursos audiovisuales e incluso tridimensionales. La carrera de diseño gráfico está basada en los fundamentos del diseño, el uso de herramientas digitales, animación, fotografía, etc. Esto se apoya en elementos que ayudan a organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, entre los elementos que más se utilizan están: el punto, la línea, volumen, color, figura, entre otros.

Las aplicaciones del diseño gráfico son muy variadas, ya que van desde libros y revistas hasta las plataformas digitales como páginas web, catálogos virtuales, publicidad, videojuegos.

En este presente informe se detallan todas las actividades realizadas dentro del tiempo establecido de 10 semanas para la práctica profesional en la empresa Grupo PRO-TEC Honduras, en dónde el estudiante deberá poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria. De igual forma se detallan las diferentes propuestas de mejora para la empresa, las cuales son sugeridas por el practicante.

II. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Comunicar visualmente y por medio de distintas estrategias creativas las necesidades visuales que se identifiquen en el entorno y de esta manera generar procesos de creación para dar solución a dichas necesidades durante el tiempo establecido para la práctica profesional.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar los formatos gráficos destinados a la comunicación interna y externa que proyecten un mejor vínculo entre la empresa y sus clientes durante el tiempo estipulado para la práctica profesional.
- Realizar una línea gráfica que se aplique a un largo plazo para una mejor identificación visual de la empresa.
- Aumentar la interacción del público dentro de las siguientes 10 semanas en las diferentes redes sociales de la empresa y así dar a conocer sus servicios, por medio de posts publicitarios creativos e informativos.

III. MARCO CONTEXTUAL

3.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

3.1.1. GRUPO PRO-TEC HONDURAS

La empresa inició sus actividades en el año 2000 con el nombre de Empresa de Seguridad y Vigilancia Privada: "PRO-TEC SECURITY & PATROL, S DE RL. DE CV". Fundada por el Abogado Wilfredo Ríos Osorto y la Licenciada Dunia Yamileth Hernández Enamorado.

En sus comienzos PRO-TEC, centró su actividad en prestar servicios de seguridad a instalaciones físicas en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés, y se expandió a nivel nacional. Actualmente tienen oficinas en las principales ciudades, puertos, aeropuertos y fronteras de Honduras.

Están certificados por la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad, con el expediente administrativo número 591-2003 y el expediente contable número CI-066-2004 y su registro de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad N° 063 Folio 067, Tomo 001, fecha 30/03/2004, SEDS-UES-LO-077.

Además de lo anterior, tienen su propio polígono de tiro debidamente certificado por la Secretaria de Estado en el Despacho de Seguridad emitida el 28 de octubre del año 2013 inscrita con el N° 579, Folio 194, Tomo 3, Expediente Administrativo N° 663-2012, Expediente Contable N° CI-559-2014, fecha de registro 25 de octubre del año 2012, SEDS-UES-LO N° 00605.

3.1.2. MISIÓN

Brindar servicios de seguridad integral de calidad a todos nuestros clientes

3.1.3. VISIÓN

Consolidar nuestro liderazgo en el mercado de seguridad privada a nivel nacional e internacional

3.1.4. VALORES

Lealtad, Integridad, Disciplina, Excelencia, Respeto

3.1.5. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Grupo PRO-TEC Honduras se ubica en Barrio Paz Barahona, 16 calle entre 8 y 9 avenida.

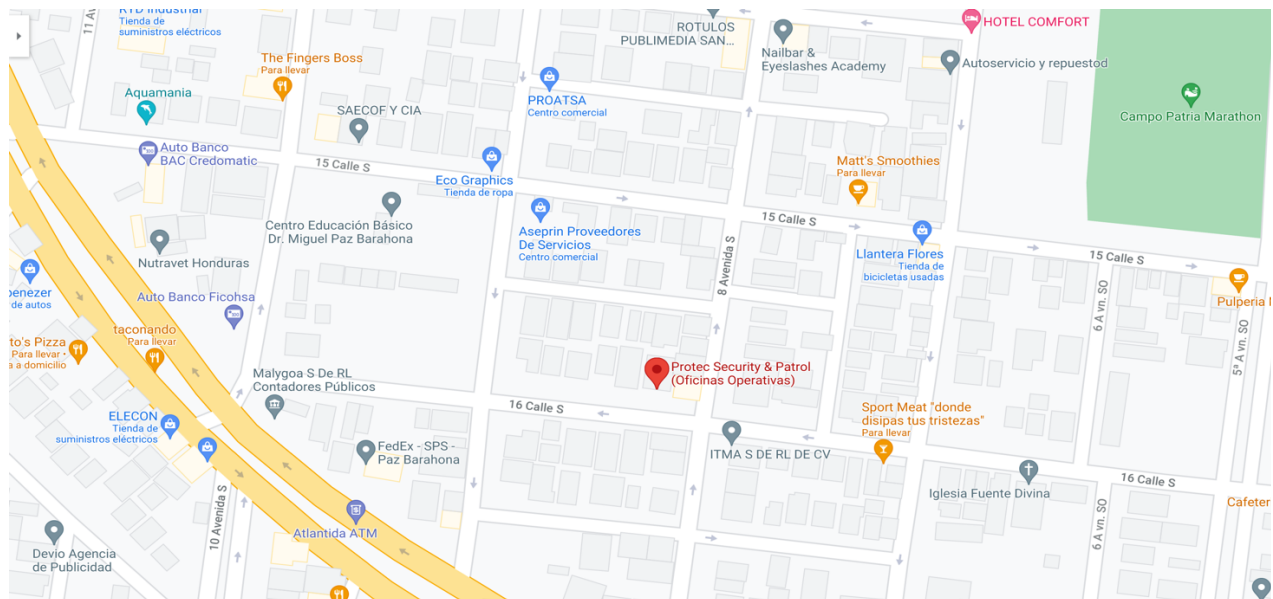


Ilustración 1. Ubicación Grupo PRO-TEC Honduras

Fuente: (Google Maps, 2021)

3.1.6. SERVICIOS QUE OFRECE

Es una empresa hondureña, con una sólida trayectoria. Brindan servicios de seguridad integral y con presencia operativa a nivel nacional en los 18 departamentos de Honduras.

Grupo PRO-TEC Honduras

- Seguridad física de instalaciones
- Servicios de Seguridad Personal
- Protección de Valores
- Certificación de personal y estudios socioeconómicos

Academia SWAT

- Capacitaciones
- Reentrenamientos
- Uso del polígono
- Integración a la base de datos

Electronic Security Center

- Video-Vigilancia Residencial y Empresarial
- Monitoreo de Alarmas
- Plataforma Rastreo GPS Vehicular
- Venta e Instalación de Sistemas de Seguridad Electrónica

3.1.7. ORGANIGRAMA

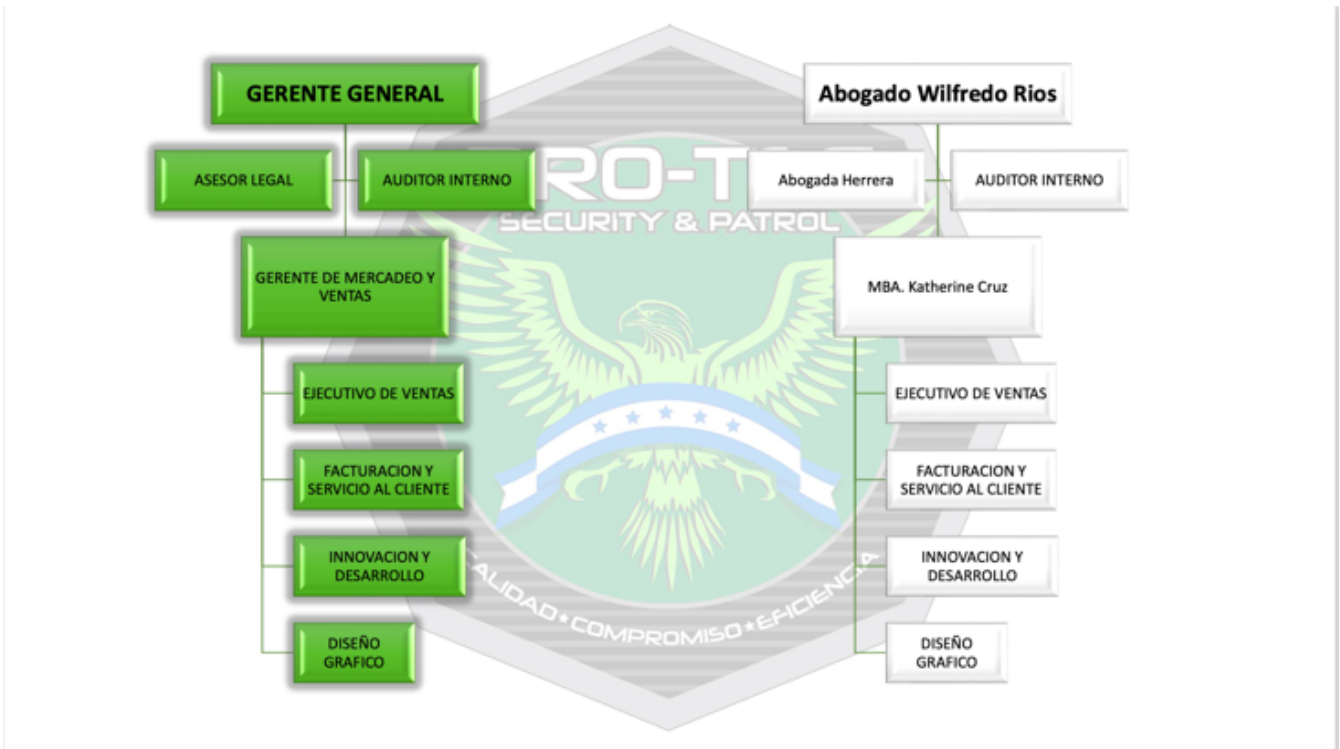


Ilustración 2. Organigrama

Fuente: (Grupo PRO-TEC Honduras, 2021)

3.2. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO

El puesto asignado al practicante se encuentra dentro de la Gerencia de Mercadeo y Gerencia General. Esta área tiene el propósito de informar al personal las actividades que se deben realizar, algunas de las funciones principales son:

- Desarrollo de ilustraciones, logotipos y otros diseños realizados con software
- Producir un amplio rango de materiales impresos y digitales, incluyendo aplicaciones de la marca, boletines informativos, anuncios y publicidad
- Creación de infografías
- Elaborar carteles, gafetes, folletos, portadas, credenciales, trípticos e invitaciones, conforme a las solicitudes de las diversas áreas para la difusión
- Identificación y promoción de actividades y eventos institucionales

- Desarrollar y mantener actualizados las guías de estilo, plantillas y demás material de diseño
- Manejo, administración y documentación de campañas online
- Llevar a cabo la preparación de mamparas, escenarios y exposiciones especiales, de acuerdo a la calendarización de los eventos, conforme a las actividades inherentes a su área de adscripción
- Realizar la producción de originales mecánicos y dummies para la impresión y reproducción de materiales gráficos

3.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

A inicios de este año (2021), una de las ejecutivas de negocios de la empresa Grupo PRO-TEC, tomó el rol de diseñador gráfico. Esta persona al no poseer el conocimiento de un profesional en el área, realizaba los artes y demás trabajos a su gusto y muchas veces estos eran totalmente distintos que parecía que las piezas elaboradas eran de empresas distintas o no eran visualmente atractivas y funcionales.



Ilustración 3. Artes Publicitarios 1

Fuente: (Grupo PRO-TEC Honduras, 2021)



Ilustración 4. Artes Publicitarias 2

Fuente: (Grupo PRO-TEC Honduras, 2021)

Para una empresa es muy importante tener una buena imagen que refleje sus valores y que pueda transmitir el mensaje deseado al público. Así como la comunicación visual externa es una de las más esenciales en una empresa, también lo está la comunicación interna. Es por esto que los manuales de marca nos ayudan a tener una mejor organización dentro de la empresa con ciertos parámetros y directrices que nos permiten trabajar de una manera mas eficaz.

Actualmente vivimos en la era de la tecnología, en donde las personas son bastante influenciadas por la parte visual. Esto obliga a las empresas y a todos los negocios de estos momentos a estar en una constante innovación en todas las áreas. Es más que indispensable que una empresa cuente con redes sociales y un sitio web para poder brindar información a las personas que necesiten saber más sobre el tema y las herramientas antes mencionadas facilitan el trabajo de investigación por parte del cliente.

3.3.1. ENUNCIADO/PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

FALTA DE UNA LÍNEA GRÁFICA DEFINIDA EN REDES SOCIALES

Para una empresa como Grupo PRO-TEC Honduras es un problema que no cuente con una línea gráfica, porque sus clientes no reconocen sus publicidades o demás trabajos, ya que elaboran artes con estilos diferentes que están muy marcados y esto no permite que muchas veces las personas identifiquen con rapidez la marca o los servicios que se están ofreciendo. Es muy probable que los puedan llegar a confundir con la competencia, ya que una persona que no sabe del rubro de seguridad no puede distinguir ciertos elementos o características que los diferencian de los demás.

FALTA DE UN MANUAL DE MARCA

Todas las empresas, sin importar que tan grande o pequeña sean, deben contar con un manual de marca. Esto le permite al diseñador gráfico o encargado de la comunicación visual de una empresa, tener un documento que los guíe y les explique de una manera breve y clara las normas de diseño y la redacción de documentos. Además que nos permite saber la paleta de colores, las tipografías, el logotipo con sus formatos y variaciones y de esta manera llegar a crear una imagen de marca sólida y reconocida.

MANTENIMIENTO DEL SITIO WEB DE GRUPO PRO-TEC HONDURAS

Grupo PRO-TEC Honduras es una empresa que está muy bien posicionada en el mercado en el rubro de seguridad a nivel nacional. Es por esta razón que muchas personas buscan de alguna manera poder informarse más sobre sus servicios. Actualmente no son muy activos en sus redes sociales y los clientes buscan otros recursos, en este caso un sitio web. El problema es que su sitio web no está actualizado con la ubicación correcta, imágenes de años actuales para que estas demuestren las actividades recientes que han realizado, entre otros pequeños detalles visuales.

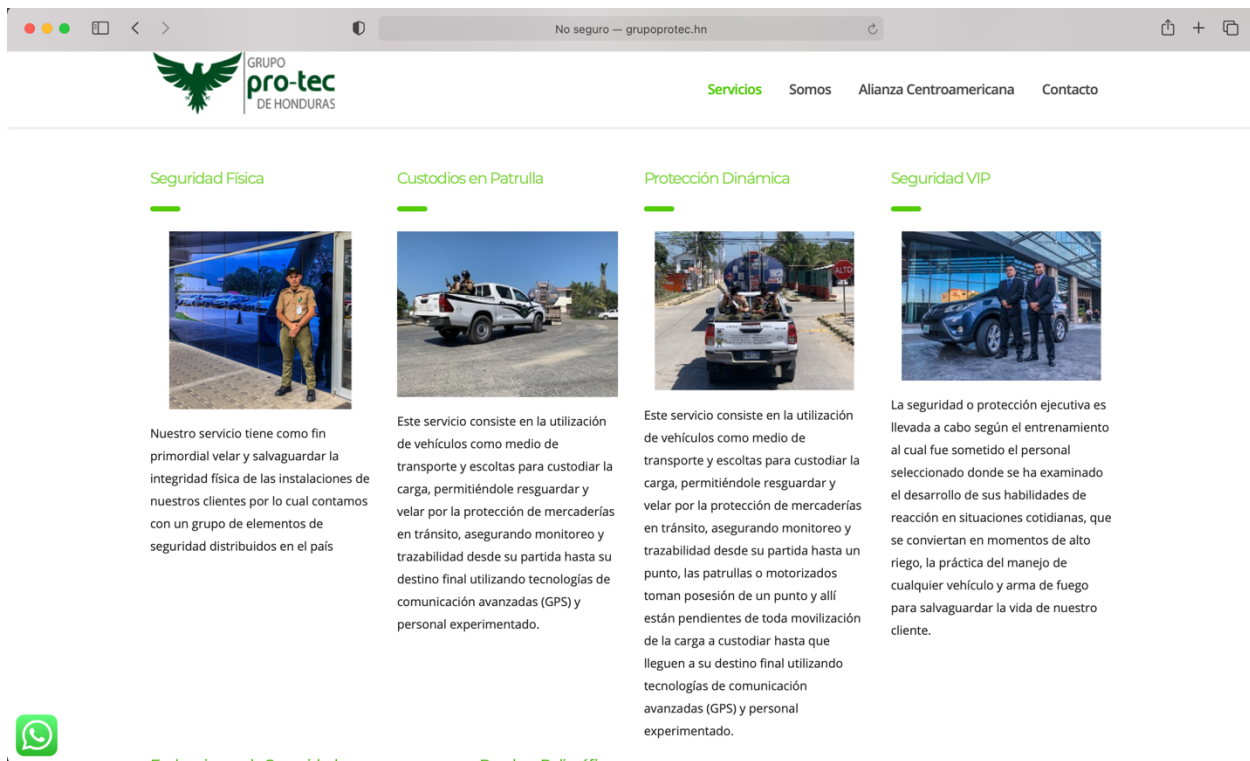


Ilustración 5. Sitio Web PRO-TEC

Fuente: (Grupo PRO-TEC Honduras, 2021)

3.3.2. JUSTIFICACIÓN

Es importante como empresa y marca tener una línea gráfica definida, ya que de este modo mostramos la personalidad, estilo y forma de ser de manera visual en las redes sociales, por lo que esta debe ser visualmente atractiva y fácil de recordar para el público. La meta es crear una línea gráfica la cual transmita un mensaje claro de que servicios se ofrecen y cuales son sus objetivos, para que las personas puedan recordar con facilidad y se sientan familiarizadas con la empresa.

De igual manera, para poder crear una línea gráfica es indispensable saber las normas y las variaciones que no se pueden y que si se pueden aplicar, por ejemplo: en el logotipo, los estilos tipográficos, y todos los elementos visuales que conlleva la imagen corporativa. Es por esto que los manuales de marca nos ayudan en gran manera, en poder aplicar de una forma correcta los elementos en los diseños, en todos los artes y piezas publicitarias que se van a crear.

Como último punto, pero no por esto menos importante, se debe de tener en mantenimiento el sitio web de Grupo PRO-TEC Honduras, para que esta pueda ir de la mano con todas las nuevas mejoras que se están aplicando en la imagen de la empresa, ya que al no estar actualizada puede provocar confusión e inseguridad en las personas y al igual que la pérdida de clientes en potencia.

IV. MARCO TEÓRICO

Dentro del marco teórico encontraremos diferentes temas y áreas del diseño gráfico aplicadas a lo largo de la práctica profesional de Grupo PRO-TEC Honduras.

4.1. LÍNEA GRÁFICA

La línea gráfica consiste en la dirección y coherencia entre cada uno de los elementos del diseño en la comunicación gráfica de una empresa, por ello debe ser constante en cada pieza, cada plataforma, en cada momento de la presentación de la marca.

Uno de los factores más importantes es el logotipo, ya que este es el distintivo que representa la empresa combinando el nombre, así como los elementos que hablan del producto o servicio que ellos ofrecen. A partir de esto se puede definir el estilo que marcará todo lo que deseamos decir sobre la empresa visualmente. BPD, (2018), señala que del logotipo podemos extraer cierta información como: los colores, tipografías, composición, entre otros elementos.

- Los colores: aplicando la psicología del color, podemos decir y transmitir mucho de la personalidad de la marca, generando una reacción de aceptación por parte del cliente que es quien lo aprecia, incluso se puede llegar a desarrollar un vínculo más fuerte con nuestro público meta.
- La tipografía: se define como el conjunto de letras diseñadas con unidad de estilo de modo que su apariencia le aporten a la comunicación del mensaje en el que es utilizado.
- La composición: esta comprende la relación de todo y dentro de la comunicación gráfica busca mantener el equilibrio. El equilibrio es parte de las leyes de simetría, es decir, una línea, un plano, tamaños, la distribución del espacio con respecto a un punto, etc.



Ilustración 6. Ejemplo Línea Gráfica

Fuente: (Google, 2021)

A nivel mundial las empresas que tienen definidas una línea gráfica sólida son las que tienen una trayectoria muy larga en el mercado como por ejemplo: Chanel. Su logotipo está integrado por dos letras "C", una al lado izquierdo y a otra al lado derecho y están entrelazadas, que fue creado en 1925 y desde ese entonces nunca ha cambiado. La marca Chanel es reconocida por su logo y que la mayoría de su publicidad es a blanco y negro.



Ilustración 7. Logotipo Chanel

Fuente: (100marcas.net, 2021)



Ilustración 8. Publicidad Chanel 1

Fuente: (Google, 2021)



Ilustración 9. Publicidad Chanel 2

Fuente: (Google, 2021)

En Honduras, "Distribuciones Universales, S.A. conocida socialmente como DIUNSA, es una empresa comercial fundada en 1976, con domicilio en San Pedro Sula, Honduras; cuenta con operaciones significativas en las ciudades de San Pedro Sula, Tegucigalpa y La Ceiba, a través de seis tiendas y su centro de Distribución" (Diunsa.hn, 2019).

Una de las líneas gráficas que está bien definida en el área del deporte es la de DIUNSA, que fue creada por Isaías Perdomo Calles. A continuación se muestran imágenes de diferentes publicidades en las cuales podemos observar que cuentan con una línea gráfica bien definida, que al estudiarla por un momento, luego será fácil de reconocer y relacionar con la marca.



Ilustración 10. Línea Gráfica Diunsa

Fuente: (mesias31.blogspot.com, 2021)

4.2. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Cuando hablamos de comunicación externa nos referimos a todas las estrategias que un diseñador gráfico realiza para los públicos externos de una empresa. Se puede decir que es cualquier mensaje que va dirigido a personas que no forman parte de la empresa. Su principal objetivo es el de mejorar la imagen de marca con sus públicos externos, estos comprenden: consumidores, proveedores, inversores, medios de comunicación, instituciones.

El elemento principal o que caracteriza la comunicación externa es el mensaje, ya que este es el medio que transmitirá la imagen que deseamos dar de la empresa al resto de las personas. Por esta razón, si el mensaje que transmitimos al exterior es óptimo, conseguiremos una valoración y opinión positiva de la marca y por ende de los servicios y productos que la empresa ofrece por parte del público.

Una de las marcas deportivas más famosas a nivel mundial es NIKE. Es por esta razón que una de las campañas publicitarias más revolucionarias para el movimiento Black Lives Matter fue una de Nike en contra del racismo. Como es de nuestro conocimiento el slogan de esta marca es: Just do it, pero para esta campaña decidieron cambiar esto y escribir: For once, don't do it, que significa: Por una sola vez, no lo hagas. Además, cabe recalcar que para esta campaña se unió con una de sus más grandes competencias que fue Adidas.



Ilustración 11. Campaña Publicitaria Nike 1

Fuente: (Google, 2021)



Ilustración 12. Campaña Publicitaria Nike 2

Fuente: (Google, 2021)

Además, una buena estrategia de comunicación externa nos permitirá posicionarnos en el mercado y ser más competitivos. Es importante tener presente que además de trabajar este modelo de comunicación, es imprescindible que le demos la misma importancia a la comunicación interna de una empresa, ya que son totalmente complementarias.

Una de las campañas publicitarias que ha sido aceptada a nivel nacional por el público de una manera positiva es #PorTodos, que es un homenaje de Coca-Cola a toda la situación que estamos viviendo luchando contra el coronavirus.

Coca-Cola asegura: "Todos estamos viviendo este momento de manera distinta. Algunos solos y algunos acompañados; otros estrechando lazos con sus vecinos y muchos más haciendo lo posible para que el resto se encuentre bien. Pero, sin duda, todos estamos juntos en esto."



Ilustración 13. Campaña Publicitaria Coca-Cola

Fuente: (journey.coca-cola.com, 2021)

4.2.1. TIPOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Dentro del ámbito de la comunicación externa podemos dividir esta disciplina en tres tipologías diferentes, según la Nal3 (agencia de comunicación externa):

- Operativa: es toda la información que se relaciona con la evolución, desarrollo y la actividad de la empresa y que se realiza con todos los públicos que la integran.
- Estratégica: se utiliza para conseguir información y datos sobre aspectos estratégicos de la compañía que permita que se posicione mejor en el mercado. Esto nos permitirá conocer a la competencia, al mercado y a las nuevas tendencias.
- De notoriedad: es la que mayor referencia hace al término general de comunicación externa y por ende la más utilizada. Se encarga de transmitir información corporativa, dar a conocer sus productos o servicios.

4.2.2. CANALES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

- Los medios de comunicación: son un canal ideal para informar a la opinión pública. A través del envío de notas, comunicados de prensa, entrevistas y/o campañas de publicidad sobre los productos, novedades, eventos, servicios, etc.
- La página web corporativa: es una herramienta muy utilizada por las empresas, ya que nos ayuda a brindar información a el público objetivo sobre la empresa para adquirir los productos o servicios.
- Los blogs: ofrecen información adicional al público y aportan un valor añadido a la empresa.

- Las redes sociales: actualmente se han convertido en uno de los principales canales gracias a la facilidad que ofrecen para segmentar a los públicos y al alcance que tienen.



Ilustración 14. Medios de Comunicación Externa

Fuente: (brightmarketing.mx, 2021)

4.2.3. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Comunicar es vital para cualquier empresa. Silvia Mazzoli (2020) señala que siguiendo estos ocho pasos se puede crear una campaña de comunicación exitosa, los pasos son los siguientes:

1. Definir y cuantificar objetivos
2. Escoger el público objetivo
3. Seleccionar los medios de comunicación
4. Establecer el presupuesto
5. Diseñar el contenido y los mensajes
6. Definir el plan de acción cómo, cuando, duración
7. Asignar responsables
8. Definir instrumentos de medición y control



Ilustración 15. Campaña de Comunicación

Fuente: (Silvia Mazzoli, 2021)

4.3. MANUALES

Un manual de marca o también llamado manual de estilo o manual de identidad, es el documento o guía que recoge el concepto de marca, las normas de diseño y la redacción de documentos. Este manual debe recoger de forma detallada los elementos del branding:

- Todos los logotipos en sus formatos y variaciones
- La paleta de colores
- Las tipografías y combinaciones tipográficas
- Los efectos y estilos, si son necesarios, como: degradados, superposiciones, etc...
- Todos los elementos gráficos: iconos, vectores, botones, subrayados

4.3.1. ELEMENTOS QUE INCLUYE EL MANUAL DE MARCA

En el Manual debe quedar perfectamente definido su modo de uso y cómo resolver todos los elementos del branding en cualquier formato y tamaño. En resumen, los elementos fundamentales que debe incluir un manual de marca son:

- Colores
- Tipografías
- Símbolos
- Logotipos
- Versiones monocromáticas
- Variaciones de la marca principal
- Configuraciones horizontal y vertical del logotipo
- Usos correctos e incorrectos

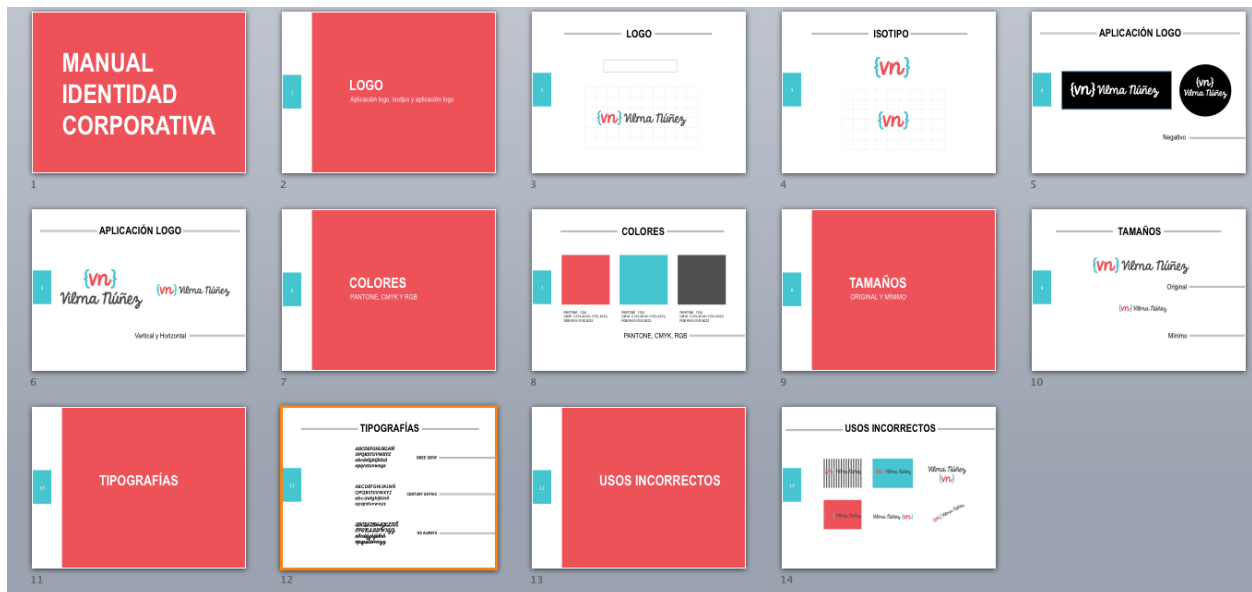


Ilustración 16. Ejemplo de elementos en Manual de Marca

Fuente: (Samu Parra, 2021)

4.3.2. TIPOS DE LOGOS

Para comenzar es importante que definamos que es un logotipo. Logotipo es un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca y/o institución.

Los logos se clasifican de la siguiente manera:

- Logotipo: conformación de una imagen que está compuesta por un conjunto de palabras o caracteres tipográficos.
- Imagotipo: están compuestos por texto y una imagen o símbolo.
- Isologo: están compuestos igual a los imagotipos, pero estos están unidos en una sola pieza, es decir, no se deben separar los elementos.
- Isotipo: estos se representan de forma simbólica y comunican la marca sin la necesidad de mencionarla, estos se pueden subdividir en: monograma, anagrama, sigla, inicial, firma y pictograma.

Estos son algunos de los logos más reconocidos a nivel mundial:



Ilustración 17. Tipos de Logos

Fuente: (Pinterest, 2021)



Ilustración 18. Subdivisiones Isologo

Fuente: (gravstudio.com, 2021)

4.3.3. TIPOS DE MANUAL

- Manual Organizacional: resume el manejo de una empresa en forma general.
- Manual Departamental: legisla y regula el modo en que deben ser llevadas a cabo todas las actividades de cada área.
- Manual de Política: determina y regula la actuación y dirección de una empresa en particular.
- Manual de Procedimientos: regula cada uno de los pasos que deben realizarse para emprender alguna actividad de manera correcta.
- Manual de Técnicas: explican minuciosamente cómo deben realizarse tareas particulares.
- Manual de Bienvenida: introduce brevemente la historia de la empresa, sus objetivos y su visión particular, además de los derechos, beneficios y obligaciones de los empleados.
- Manual de Puesto: Determinan específicamente cuáles son las características y responsabilidades a las que se acceden en un puesto o rol determinado.

- Manual Múltiple: expone distintas cuestiones, y suelen surgir de las actas de asambleas que se dan entre los socios.
- Manual de Finanzas: verifica la administración de todos los bienes de la empresa, los ingresos y egresos.
- Manual de Sistema: se crea en el momento en que se desarrolla un sistema de gestión.
- Manual de Calidad: presenta las políticas de la empresa en cuanto a la calidad del sistema.

Ejemplo de la estructura de un Manual de Organización:



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

CONTENIDO

GRUPO BANCO PROVINCIA

- MISIÓN
- VISIÓN
- VALORES

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

- INTRODUCCIÓN
- ANTECEDENTES
- OBJETIVO
- ESTRUCTURA ORGÁNICA
- MISIÓN, FUNCIONES Y DEPENDENCIA

POLÍTICAS DE ORGANIZACIÓN

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ANEXOS METODOLÓGICOS

- Anexo I – Evolución Histórica de la Estructura Orgánica
- Anexo II – Autoridades del Grupo y de las Empresas
- Anexo III – Anexo Metodológico

Ilustración 19. Estructura Manual Organizacional

Fuente: (studylib, 2021)

A nivel nacional, la Marca País Honduras, es una herramienta de promoción de la República de Honduras el cual su objetivo es promocionar el turismo, inversiones, exportaciones, en general resaltar y destacar las mejores características y la imagen del país y fomentar el orgullo nacional.

Esta es una alianza público-privada entre el Gobierno Central y el Consejo Nacional de Inversiones.



Ilustración 20. Logo Marca País

Fuente: (marcahonduras.hn, 2021)

El manual de marca de Marca País consta de 62 páginas en el cual se incluyen otros elementos aparte de los mencionados anteriormente, como propuestas, posicionamiento, entre otros.



Ilustración 21. Manual de Marca, Marca País

Fuente: (marcahonduras.hn, 2021)

4.4. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Es un error pensar que la comunicación interna es un lujo y algo exclusivo de las grandes empresas.

Muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio al que nos empuja la actualidad. La comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a esas necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la compañía. Como su nombre indica, se da en el interior de la empresa y no sale generalmente a la luz, por lo que se suele guiar de lineamientos internos de la organización y dentro de cierto margen prudente de confidencialidad para con el mundo ajeno a la misma.



Ilustración 22. Comunicación Interna

Fuente: (funcionc.com, 2021)

La comunicación interna eficaz puede ser una herramienta muy poderosa, como prueban los siguientes datos de Staffbase:

- Conduce un aumento del 40% en la satisfacción del cliente
- Puede llevar a un incremento del 30% en la rentabilidad
- Es parte activa en un aumento del 36% en el rendimiento general de una empresa

Hablar con los empleados ya no juega un segundo papel en las comunicaciones de la compañía y, de hecho, hoy en día, la comunicación interna se considera una función de negocio clave que inspira y alinea a toda la organización.

4.4.1. COMO IMPLEMENTAR UNA BUENA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

La clave del éxito de una política de comunicación interna exitosa reside en tener una buena planificación estratégica comunicacional vehiculada a través de diversas herramientas, como: los medios digitales, acciones grupales; desayunos y reuniones estratégicas, capacitaciones a gerentes y jefes, mediciones generales y específicas.

En la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) se implementan la siguientes funciones en el departamento de Comunicación Interna (DIRCOM) para una comunicación interna efectiva:

- Apoyar y dar a conocer la política de comunicación de la institución
- Establecer parámetros de comunicación que guíen los procesos de envío de información
- Crear estrategias funcionales e innovadoras para la transmisión de información
- Difundir información oficial y actualizada a toda la Comunidad universitaria
- Actualización constante de la base de datos de los públicos internos
- Establecer formas de comunicación que favorezcan la participación de los públicos internos
- Lograr una integración de todos los públicos internos
- Socializar la filosofía institucional

- Dirigir eficazmente los canales de comunicación interna
- Desarrollar estrategias de comunicación personalizadas para cada Centro Regional
- Diagnosticar y evaluar periódicamente el estado de la comunicación interna



UNAH

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS

Ilustración 23. Logo UNAH

Fuente: (Google, 2021)

4.5. PÁGINAS WEB

Una página web es la unidad básica del World Wide Web, o simplemente Web, como es llamada comúnmente. Una página de internet o página web es un documento electrónico adaptado particularmente para el Web, que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

Estos documentos pueden ser elaborados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación y por las propias personas en lo individual.

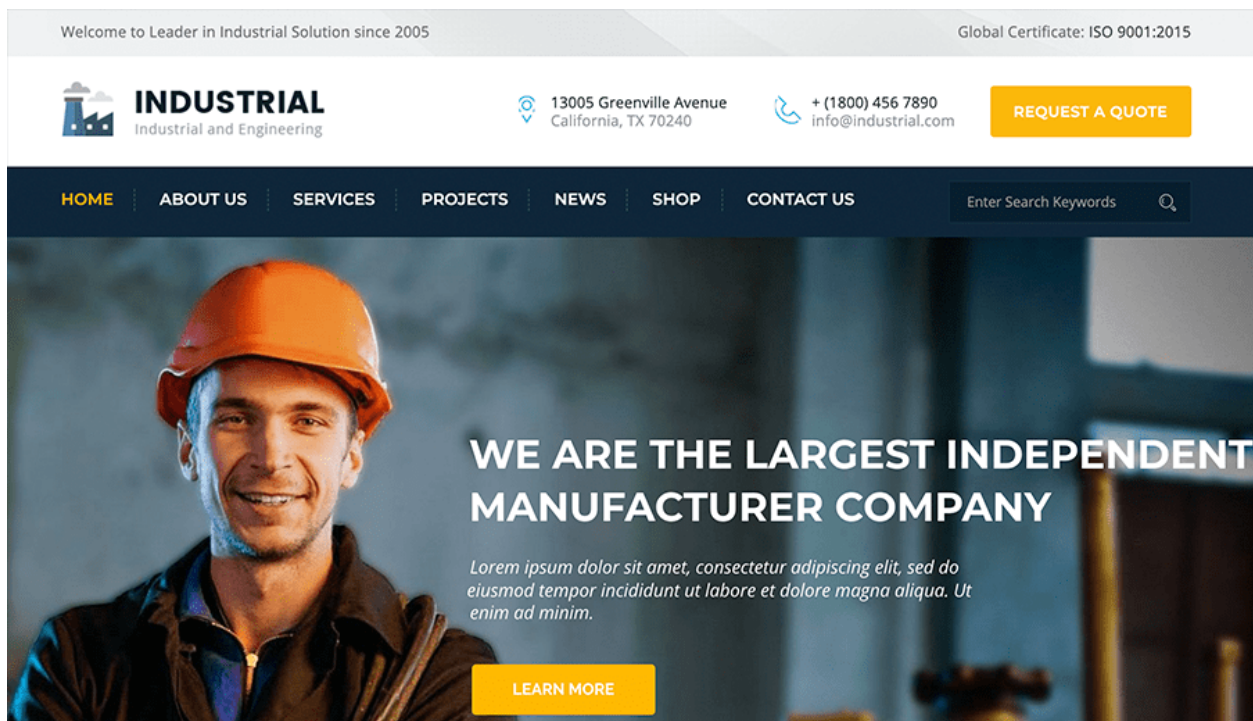


Ilustración 24. Ejemplo Página Web

Fuente: (appdesign.dev, 2021)

Uno de los sitios web en Honduras que está bien organizado y proporcionado con una línea gráfica definida es la de Grupo Mac Del.

Mac Del es una empresa especialista en servicios y productos de limpieza, desde 1984 están comprometidos a desarrollar la línea más completa de productos y servicios a través de diferentes unidades de negocio a nivel nacional y ahora en Centroamérica. Cuenta con servicios de: asesoría, limpieza en general; piscinas, trampas de grasa, pisos y baños.



Ilustración 25. Página Web Grupo Mac Del

Fuente: (grupomacdel.com, 2021)

4.6. FOTOGRAFÍA

Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible el cual puede ser físico o digital.

Las imágenes obtenidas así, también se denominan fotografías o fotos, y son el resultado de décadas de perfeccionamiento de la técnica y de los materiales fotosensibles, hasta lograr la calidad óptica de las cámaras modernas.

Raffino (2018) asegura que la fotografía como tal, se inventa en la transición hacia la sociedad industrial, heredó del daguerrotipo su uso de películas fotosensibles de plata pulida, revelada con vapores de mercurio. Pero estos elementos eran totalmente tóxicos y sucesivos científicos e inventores del siglo XIX fueron dando mejores métodos y así mejores resultados, hasta la aparición de las placas de bromuro en el año 1871 y luego la película fotográfica como tal en la primera cámara kodak en 1888.

Es evidente que la técnica no para de innovar: en 1907 Lumière inventa la fotografía a color, en 1931 se logra crear el primer flash electrónico, en 1948 la fotografía polaroid y en el año de 1990 la digitalización fotográfica.



Ilustración 26. Fotografía

Fuente: (concepto.co, 2021)

4.6.1. CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA

Consiste en convertir la luz de un momento determinado en una impresión física de lo visible a través de una cámara. Carece de movimiento, es fija, es ineditable (excepto mediante recursos digitales) y es duradera en el tiempo.

4.6.2. TIPOS DE FOTOGRAFÍA

- Fotografía Publicitaria: sirve de publicidad o promoción de los productos de consumo.
- Fotografía de Moda: hace énfasis en la manera de vestir o de lucir de una persona.
- Fotografía Documental: también es conocida como histórica o periodística, se hace con fines informativos o pedagógicos.
- Fotografía Paisajística: se toma para exhibir la naturaleza en su plenitud.
- Fotografía Científica: muestran lo que no se puede observar a simple vista, como a través de telescopios, microscopios, entre otros.
- Fotografía Artística: persigue fines estéticos: retratos, montajes, composiciones, etc.



Ilustración 27. Ejemplo Fotografía Publicitaria

Fuente: (mglobalmarketing.es, 2021)

4.6.3. LA CÁMARA FOTOGRÁFICA

La fotografía se basa en la cámara oscura: un comportamiento totalmente oscuro con un agujero pequeño en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz proveniente de afuera y proyecta sobre el fondo de las imágenes del mundo exterior, aunque invertidas.

Las cámaras están dotadas de:

- Un diafragma que se abre para permitir la entrada de luz y cierra para impedirla, a una velocidad manejable.
- Lentes ópticos que permiten enfocar lo proyectado
- Espejos que reinvierten la imagen proyectada
- Cinta fotosensible o un sensor digital, para captar la imagen y reproducirla

Ilustración 28. Partes de una cámara



Fuente: (Pinterest, 2021)

Una de las personas que ha sobresalido y ha tenido mucho éxito en su carrera de fotógrafa profesional ha sido Madeline Granados, graduada de UNITEC. Según Madeline cuenta en su sitio web, nació el 23 de marzo de 1995 en San Pedro Sula, Honduras. Madeline Granados-Fotografía nace en el año 2014.

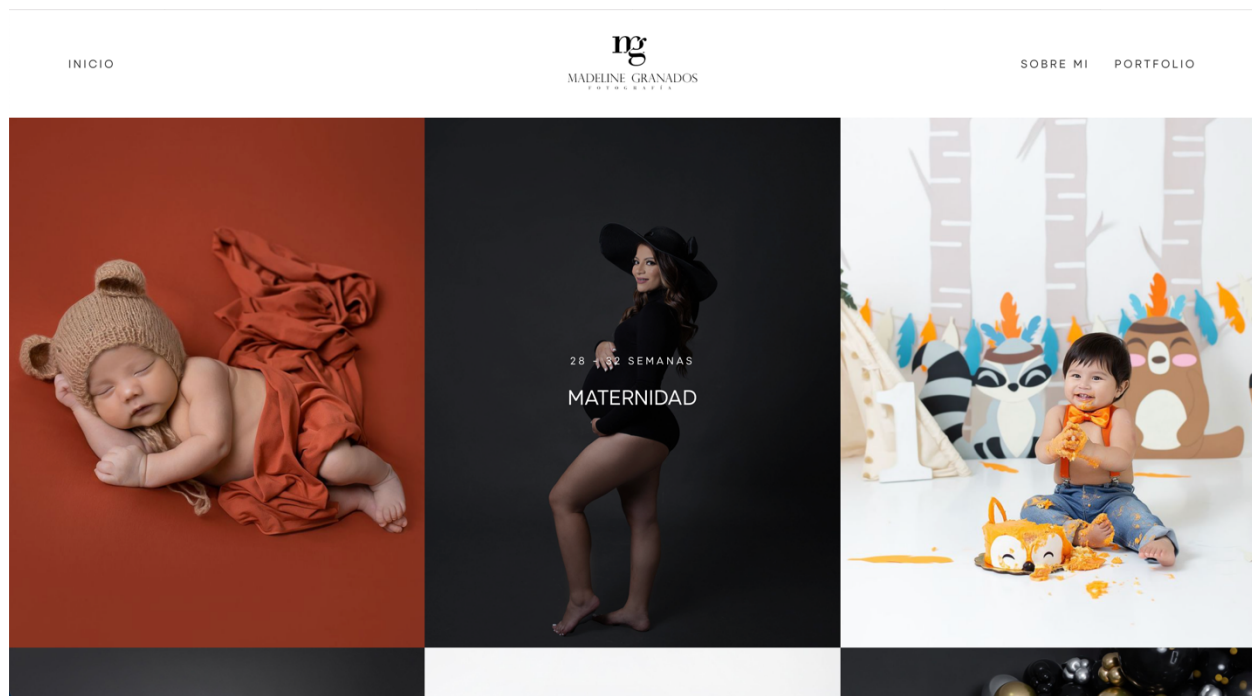


Ilustración 29. Madeline Granados-Fotografía

Fuente: (madelinefotografia.com, 2021)

4.7. INFOGRAFÍAS

Según el Diccionario de Inglés de Oxford, "una infografía es la representación visual de información y datos".

A menudo las infografías que son más efectivas son aquellas visualmente únicas y creativa, ya que captan la atención y retienen la información al máximo. Las infografías también nos ayudan a procesar de una manera más fácil alguna información que puede llegar a ser compleja.

Las infografías son muy efectivas para el marketing, ya que pueden crear conciencia sobre una marca y aumentar el interés. Se pueden utilizar para consultoría, hacen de esta manera que sus clientes puedan visualizar sus proyectos y simplificar temas, además son un excelente método para las MIPYMES porque pueden llegar a nuevas audiencias e informar a el público sobres sus productos o servicios.

Ilustración 30. Ejemplo de infografía



Fuente: (blog.hubspot.es, 2021)

La Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), ofrece una gran variedad de servicios, desde capacitaciones hasta asesorías en creación de empresas, también ofrecen asesoría legal, aprendizaje en línea, el Sistema Integrado Centroamericano y Sostenibilidad (SICCS), es el primer sello de calidad turística de orden regional, concebido y creado a la medida de las micros, pequeñas y medianas empresas turísticas de Centroamérica.

Esta es una empresa que muchas de sus publicaciones son infografías, a continuación se muestran varios ejemplos:

¡IMPORTANTE!

1. Evitar el contacto con objetos o superficies de forma innecesaria.
2. Lavado y desinfección de objetos o superficies de manera frecuente.
3. Los usuarios del servicio de comidas y bebidas no deben tener contacto con las personas que realizan las entregas a domicilio, toda bolsa que contenga los alimentos debe de viajar sellada desde el establecimiento y entregada fuera del sitio de manipulación al repartidor y en el espacio designado para el despachador de ventanilla.
4. Asignar horas, áreas y turnos específicos para la toma de los descansos y tiempos de comida del personal.

Estos lineamientos se revisan de forma periódica y se publica la versión vigente en la página web oficial del brote.

www.covid19honduras.org
visítala para mayor información.

En colaboración con:

TIPS ÁREA DE ALMACEN Y RECEPCIÓN DE PRODUCTOS

1. Ningún repartidor, cajero o personal operativo puede ingresar a los sitios de manipulación de alimentos.
2. Los proveedores de materias primas y demás no pueden ingresar a los sitios de manipulación de alimentos.
3. Si por alguna razón un pedido es devuelto, rechazado o cambiado una vez que salga de la zona de manipulación de alimentos no podrá volver a ingresar y debe de ser dispuesto en la basura junto con todo el material de empaque y utensilios que lo acompañaran.

Estos lineamientos se revisan de forma periódica y se publica la versión vigente en la página web oficial del brote.

www.covid19honduras.org
visítala para mayor información.

En colaboración con:

Ilustración 31. Infografías CANATURH

Fuente: (canaturh.org, 2021)

V. METODOLOGÍA

En esta sección se explican los diferentes métodos utilizados en la elaboración del informe de la práctica profesional. De igual manera se detallan la cantidad de horas invertidas en las asignaciones realizadas durante las diez semanas estipuladas a la práctica profesional en Grupo PRO-TEC Honduras.

5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Para la elaboración de este informe se utilizaron las siguientes herramientas:

- Adobe Illustrator: Ayuda en la elaboración de organigramas y tablas, además fue de gran soporte para la realización de distintos trabajos asignados en la práctica profesional.
- Adobe Lightroom: Este programa ayuda a editar los niveles de luz y otros elementos para las fotografías tomadas en el periodo de práctica profesional.
- Adobe Photoshop: Este programa facilita la edición de elementos del material fotográfico adquirido por la empresa.
- Behance: Plataforma gratuita de la familia de adobe la cual sirvió como fuente de inspiración para algunos trabajos.
- Buscador de Google: este buscador permite búsquedas con resultados inmediatos para el contenido del informe al igual la que obtención de imágenes.
- Freepik: Esta plataforma permite el acceso a recursos gráficos de manera gratuita, como vectores y esto nos permite ahorrar tiempo y es fácil de adquirirlos.
- Microsoft Word: El programa de Word facilita en gran manera la elaboración del informe de práctica profesional, ya que cuenta con diferentes herramientas que ayudan a la escritura y redacción de los lineamientos establecidos.
- Pinterest: Plataforma gratuita que sirvió como fuente de inspiración para los trabajos realizados en la práctica profesional.

5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información utilizadas para realizar este informe son las siguientes:

- Reuniones vía Zoom con mi supervisora y mi coordinadora del área para recibir la retroalimentación del rendimiento durante el tiempo que dura la práctica profesional.
- Ejemplo de informe de práctica profesional de estudiante graduado de UNITEC proporcionado por la asesora metodológica en los recursos de clase.
- Páginas y sitios web relacionados con temas propios del informe.

5.3. CRONOLOGÍA DEL TRABAJO REALIZADO

Tabla 1: Cronología del desarrollo de práctica semana 01

Semana #01		20-24 de abril del 2021					
Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S
Presentación de personal/cargo	8 horas						
Instalación de programas	5 horas						
Manual de Marca	8 horas						
Manual de Marca	8 horas						
Boletín Informativo	4 horas 22 min						
Cambios y formatos del Boletín Info.	3 horas 16 min						
Manual de Marca	8 horas						
Manual de Marca	8 horas						

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 2: Cronología del desarrollo de práctica semana 02

Semana #02

26-30 de abril y 1-2 de mayo del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Bocetos del Perfil	26 min	■						
Perfil Corporativo PRO-TEC	4 horas 55 min	■						
Manual de Marca SWAT	3 horas 5 min	■						
Perfil Corporativo SWAT	32 min	■						
Photoshoot	3 horas		■					
Perfil Corporativo PRO-TEC	1 hora 46 min		■					
Perfil Corporativo SWAT	3 horas 17 min		■					
Manual de Marca SEC	30 min		■					
Perfil Corporativo SEC	4 horas 20 min			■				
Manual de Marca SEC	4 horas 12 min			■				
Perfil Corporativo	2 horas 30 min				■			
Boceto Trifolio	31 min				■			
Trifolio	3 horas 19 min				■			
Papel Membretado	1 hora 34 min				■			
Selección de Fotografías	42 min				■			
Perfil Corporativo	1 hora 57 min					■		
Trifolio	1 hora 54 min					■		
Edición de Fotografías	1 hora 20 min					■		
Papel Membretado	35 min					■		
Boceto de tarjetas de presentación	20 min					■		
Tarjetas de presentación	2 horas 53 min					■		
Perfil Corporativo	2 horas 37 min						■	
Tarjetas de presentación	2 horas 49 min						■	
Trifolio	2 horas						■	
Papel Membretado	20 min						■	
Trifolio	20 min							■
Tarjetas de presentación	2 horas 7 min							■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 3: Cronología del desarrollo de práctica semana 03

Semana #03

3-8 de mayo del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S
Tarjetas de presentación	3 horas 33 min	■					
Perfil Corporativo	1 hora	■					
Trifolio	1 hora 38 min	■					
Tarjetas de presentación	30 min		■				
Perfil Corporativo	2 horas 20 min		■				
Trifolio	3 horas 15 min		■				
Información	1 hora 22 min		■				
Plantillas	4 horas 37 min			■			
Información	1 hora 23 min			■			
Boceto de artes	30 min			■			
Propuestas	3 horas 27 min			■			
Nuevas propuestas	6 horas 26 min				■		
Bocetos Desarrollo SWAT	45 min					■	
Reunión con supervisora	10 min					■	
Trifolio	2 horas					■	
Desarrollo SWAT	3 horas 38 min					■	
Reunión con supervisora	3 horas						■
Perfil Corporativo	1 hora 58 min						■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 4: Cronología del desarrollo de práctica semana 04

Semana #04

10-14 de mayo del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Trifolio	4 horas 50 min	■				
Artes PRO-TEC	2 horas 36 min	■				
Modificación en Desarrollo	32 min	■				
Artes PRO-TEC	3 horas 35 min		■			
Trifolio	1 hora 50 min		■			
Imagen Alianza	2 horas 30 min		■			
Artes PRO-TEC	7 horas 35 min			■		
Artes PRO-TEC	5 horas 22 min				■	
Calendario	1 hora				■	
Moodboards	1 hora				■	
Propuestas artes de mayo	3 horas 16 min					■
Propuestas artes de junio	4 horas 51 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 5: Cronología del desarrollo de práctica semana 05

Semana #05

17-21 de mayo del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Trifolio	1 hora 23 min	■				
Pre-artes PRO-TEC	52 min	■				
Arte día del contador	23 min	■				
Artes de julio	2 horas 5 min	■				
Moodboard de agosto	26 min	■				
Artes de agosto	2 horas 33 min	■				
Trifolio	43 min		■			
Moodboard de septiembre	34 min		■			
Artes de septiembre	3 horas 11 min		■			
Moodboard de octubre	37 min		■			
Artes de octubre	3 horas 47 min		■			
Trifolio	35 min			■		
Reunión por Zoom	15 min			■		
Moodboard de noviembre	29 min			■		
Artes de noviembre	4 horas 48 min			■		
Moodboard de diciembre	29 min			■		
Trifolio	1 hora 43 min				■	
Artes de diciembre	3 horas 3 min				■	
Revisión y cambios de artes	2 horas 43 min				■	
Exportación y envío de artes	50 min					■
Plantillas	37 min					■
Bocetos de Infografías	29 min					■
Infografías	5 horas 46 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 6: Cronología del desarrollo de práctica semana 06

Semana #06

24-28 de mayo del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Moodboard Carpeta	28 min	■				
Boceto Carpetas	37 min	■				
Plantillas Carpeta	58 min	■				
Propuestas	6 horas 17 min	■				
Propuestas artes D.H. SWAT	2 horas 36 min		■			
Retroalimentación	30 min		■			
Propuestas menú Whatsapp	3 horas 28 min		■			
Mejoras en la carpeta	52 min		■			
Arreglo de imagen	37 min			■		
Infografía Seguridad Industrial	1 hora 57 min			■		
Infografías Covid-19	3 horas			■		
Arte medidas de prevención	2 horas 32 min			■		
Retroalimentación	26 min				■	
Perfil Corporativo	2 horas 3 min				■	
Cambios en la carpeta	53 min				■	
Directrices del Covid-19	3 horas 19 min				■	
Nueva propuesta artes D.H. SWAT	3 horas 26 min					■
Perfil Corporativo	37 min					■
Últimos detalles en la carpeta	2 horas 43 min					■
Protocolo de entrada	50 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 7: Cronología del desarrollo de práctica semana 07

Semana #07

31 de mayo y 1-4 de junio del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Boceto e ideas sobre	28 min	■				
Plantilla/Diseño sobre	1 hora 39 min	■				
Mejora artes D.H. SWAT	2 horas 36 min	■				
Inspiración/Moodboard muppies	1 hora 33 min	■				
Boceto Muppies	50 min	■				
Diseño Muppies	5 horas 52 min		■			
Envío de documentos	31 min		■			
Bocetos Banner	19 min		■			
Banner #1	2 horas 22 min		■			
Banner #2	1 hora 57 min			■		
Foto de portada Facebook	5 horas 31 min			■		
Bocetos de foto de portada	33 min			■		
Boceto/Moodboard portada libreta	1 hora 26 min				■	
Diseño portada/parte trasera libreta	5 horas 48 min				■	
Cambios en el sobre	26 min				■	
Bocetos contraportada/3 hojas	42 min					■
Propuesta #1	6 horas 40 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 8: Cronología del desarrollo de práctica semana 08

Semana #08

7-11 de junio del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Bocetos	33 min	■				
Propuesta #2	5 horas 22 min	■				
Contenido para redes sociales	2 horas 7 min	■				
Contenido para redes sociales	2 horas 19 min		■			
Explicación nuevas tareas	1 hora 29 min		■			
Investigación GIF	3 horas 39 min		■			
Asignación de nueva tarea	1 hora 10 min			■		
Bocetos Logo Voluntariado	49 min			■		
Logos	6 horas 26 min			■		
Búsqueda img/mockups	2 horas 59 min				■	
Versiones alternas de logos	3 horas 57 min				■	
Presentación de logos/selección	26 min				■	
Montajes en img/mockups	2 horas 26 min					■
Presentación de mockups	1 hora 22 min					■
Asignación de nueva tarea	10 min					■
Logos en blanco y negro	32 min					■
Envío y exportación de documentos	37 min					■
Investigación de reels	2 horas 26 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 9: Cronología del desarrollo de práctica semana 09

Semana #09

14-18 de junio del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Montaje Nuevo	1 hora 48 min	■				
Perfil Corporativo	2 horas 56 min	■				
Bocetos Logo Clínica	1 hora 20 min	■				
Bocetos Logo Bufete	1 hora 43 min	■				
Plantilla SWAT	12 min	■				
Perfil Corporativo	23 min		■			
Vectorización Logo Clínica	5 horas 37 min		■			
Trifolio	37 min		■			
Propuestas de tipografía	2 horas 26 min		■			
Perfil Corporativo	16 min			■		
Vectorización Logo Bufete	6 horas 12 min			■		
Propuestas de tipografía	2 horas 7 min			■		
Trifolio	3 horas 28 min				■	
Perfil Corporativo	3 horas 47 min				■	
Envío de documentos	18 min				■	
Entrega propuestas de logos	32 min					■
Reunión con supervisora	4 horas					■
Trifolio/Perfil Corporativo	1 hora					■
Información Bufete	2 horas					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Tabla 10: Cronología del desarrollo de práctica semana 10

Semana #10

21-25 de junio del 2021

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Moodboard/ideas de trifolio	1 hora 35 min	■				
Agenda de reunión	20 min	■				
Bocetos de trifolio	1 hora 25 min	■				
Diseño de trifolio	3 horas 46 min	■				
Retroalimentación de logos	25 min		■			
Bocetos logo bufete	1 hora 46 min		■			
Diseño de 2 trifolio	2 horas 38 min		■			
Vectorización de logos y variantes	7 horas 26 min			■		
Elaboración de instrucciones	2 horas 25 min				■	
Plantillas	46 min				■	
Entrega de trabajos	2 horas 47 min					■
Presentación de logos	46 min					■
Entrega de propuestas	38 min					■

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

6.1. ACTIVIDAD 01: MANUAL CORPORATIVO

Los manuales de marca sirven de guía para definir una línea gráfica, ya que contiene lo esencial y directrices para saber lo que debemos y lo que no debemos hacer. Antes de iniciar con la elaboración de los artes y demás piezas gráficas era necesario comenzar con la realización de los manuales de las tres empresas.

La actividad consistió en realizar los tres manuales de marca para establecer un documento oficial del cuál el diseñador gráfico y los empleados internos se puedan orientar para establecer una buena comunicación y organización interna. Dicha actividad se realizó en las primeras dos semanas y fue un proceso un poco lento debido a que no se sabían las tipografías utilizadas en los logos y se buscó información adicional para agregarle significado a ciertos elementos de los manuales.

- Dentro de Grupo PRO-TEC Honduras encontramos un consorcio de tres empresas:
- PRO-TEC Security & Patrol: es una empresa dedicada a la seguridad.
- Academia SWAT: es una empresa encargada de capacitaciones, liderazgo y desarrollo humano.
- Security Electronic Center: está encargado de toda la seguridad electrónica y venta de equipo de vigilancia.



Ilustración 32. Manual de Marca PRO-TEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.2. ACTIVIDAD 02: PERFIL CORPORATIVO

Un perfil corporativo es un documento esencial para una empresa ya que facilita la labor de llegar a los clientes potenciales. Este documento define la misión y visión, la historia, y toda la información relevante de una compañía.

Un perfil corporativo debe estar siempre actualizado es por eso que se recomienda actualizarlo cada seis meses y también se debe realizar un diseño atractivo, ya que este es la presentación de la empresa por escrito en muchos escenarios.

Esta actividad consistió en realizar los tres perfiles corporativos añadiendo la información e imágenes que fueron brindadas por la empresa, del consorcio de Grupo PRO-TEC Honduras, como lo mencionamos anteriormente, dentro de este consorcio está: PRO-TEC, Academia SWAT Y SEC. Dicha tarea tomó aproximadamente cuatro semanas, debido a que la persona encargada no tenía clara la idea que se deseaba plasmar y hacía cambios continuos de estructura, imágenes, tipografía y en añadir elementos que no estaban incluidos en el perfil corporativo anterior.



Ilustración 33. Perfil Corporativo

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.3. ACTIVIDAD 03: MINI SESIÓN FOTGRÁFICA

Unas fotografías de alta calidad pueden potenciar la imagen de marca y será un elemento diferenciador en el sector. Para esta actividad, solicitada por la supervisora y Gerente de Mercadeo, se realizó una pequeña sesión fotográfica a los ejecutivos dentro de la empresa PRO-TEC. Esta actividad tomó un total de tres horas, se tomó entre dos y tres fotografías por persona para que al momento de elegir no fuera un proceso tan complejo y después de este proceso de elección de las mejores fotografías, se realizó un pequeño retoque en estas, que consistió en aclararlas un poco, resaltar algunas facciones de la cara y arreglar pequeños detalles como arrugas en la ropa, quitar manchas y arreglar el maquillaje.



Ilustración 34. Resultado de Fotografías

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.4. ACTIVIDAD 04: PAPELERÍA

6.4.1. TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Las tarjetas de presentación se intercambian entre personas que permite generar oportunidades de negocios, también sirven para reforzar los contactos entre empresas y personas con la idea de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los bienes y/o servicios que la empresa ofrece. Dicha actividad se solicitó por parte de la Gerente de Mercadeo, que consistió en realizar unas tarjetas de presentación, ya que la empresa deseaba realizar un nuevo cambio y hacer que se vieran mas profesionales y atractivas visualmente. Las tarjetas de presentación llevan la siguiente información:

- Logotipo de la empresa
- Código QR personalizado para que este al ser escaneado lleve directamente al chat de Whatsapp de la persona
- Usuarios de Instagram y Facebook de la empresa
- Nombre de la persona
- Puesto dentro de la empresa
- Número de celular
- Dirección de correo electrónico
- Sitio Web de la empresa

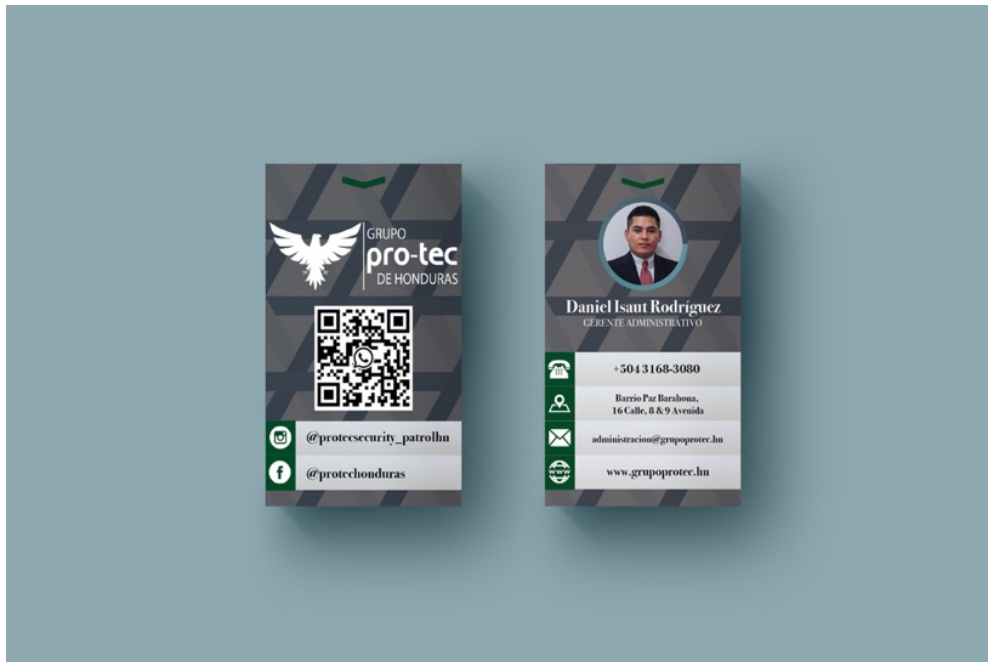


Ilustración 35. Tarjetas de presentación

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.4.2. PAPEL MEMBRETADO

El papel membretado es una hoja de papel con la identidad visual de una empresa que otorga credibilidad y profesionalismo a la empresa. De igual manera, por parte de una de las ejecutivas de negocios de la empresa SWAT, se solicitó elaborar el diseño de un papel membretado (del grupo de empresas), que sería el documento oficial en dónde se enviarán los comunicados internos y externos de Grupo PRO-TEC Honduras. Para esta actividad la ejecutiva de negocios solicitó realizar el proceso desde cero una vez más, y envió ideas sobre lo que ella deseaba y este fue el resultado y quedó satisfecha con el trabajo finalizado.



Ilustración 36. Papel Membretado

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.4.3. FOLDER/CARPETA

Un folder en este caso, se utiliza como parte de la papelería oficial de la empresa, para otorgar profesionalismo y organización para los documentos de esta misma. La Gerente de Mercadeo, solicitó realizar carpetas para guardar todos los documentos que se están realizando para la empresa, para el momento en el que a ellos se los solicite realizar visitas a diferentes lugares, tengan documentos que se vean visualmente atractivos y que esto de igual manera, es algo pequeño pero puede generar confianza en sus clientes potenciales. Para dicha actividad se realizó cuatro propuestas, siempre con la misma línea gráfica pero que distintos colores para poder diferenciar las empresas. La Gerente había solicitado tres propuestas, una para cada empresa. A mi parecer, una carpeta para cada empresa era mucho y decidí realizar una propuesta general, es por eso que creé las cuatro propuestas, siempre implementando mi idea pero siguiendo los lineamientos que se dieron desde el inicio. Para el momento de la retroalimentación la Gerente le pareció mi idea, nos quedamos con una carpeta general para las tres empresas. Para esta carpeta si existieron cambios, pero fueron mínimos y al final se obtuvo una buena aceptación por parte de la Gerente de Mercadeo de la empresa.



Ilustración 37. Parte trasera carpeta

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.4.4. SOBRE MEMBRETADO

El sobre membretado permite guardar cartas o propuestas que se envían a los clientes. Para esta actividad, de igual manera la Gerente de Mercadeo, solicitó realizar un sobre membretado para enviar comunicados a otras empresas, ya que no todos los comunicados que ellos dan o envían son digitales. Se pidió que fuera sencillo para que no se visualizara algo tan cargado y que de inmediato se reconociera que la empresa, por si había algún mensaje urgente y que mejor que poner el logo en la solapa del sobre, se realizaron pequeños cambios como de color y estructura de la información, y este fue el resultado al que se llegó.



Ilustración 38. Sobre Membretado

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.5. ACTIVIDAD 05: DESARROLLO DE SWAT

Un flyer contiene un mensaje de tipo comercial, este se entrega en mano a clientes potenciales de la empresa. Es un método de publicidad directa muy efectivo. La Academia SWAT de Honduras, como lo mencionamos anteriormente, se dedica a varias ramas, y una de ellas es el desarrollo humano. Es por esa razón que una de las ejecutivas de negocios de esta empresa sugirió que se debía realizar un volante, mediante el cual ellos puedan promocionar los servicios que ofrecen y que las personas estén informadas y puedan conocer un poco más sobre ellos y que tengan conocimiento de que no es solamente para personas de un "alto perfil", que todo el que desea aprender lo puedo hacer de distintas maneras. Esta ejecutiva ya había realizado uno anteriormente, pero deseaban que este se modificara y siguiera la misma línea gráfica de Grupo PRO-TEC para que se visualizara de una manera uniforme con los demás trabajos realizados. Este trabajo no obtuvo cambios en grandes dimensiones, si no en pequeños detalles como ubicación de elementos. Dentro de lo que cabe fue un trabajo sencillo, ya que había una referencia anterior y solo necesitaba mejorarse.

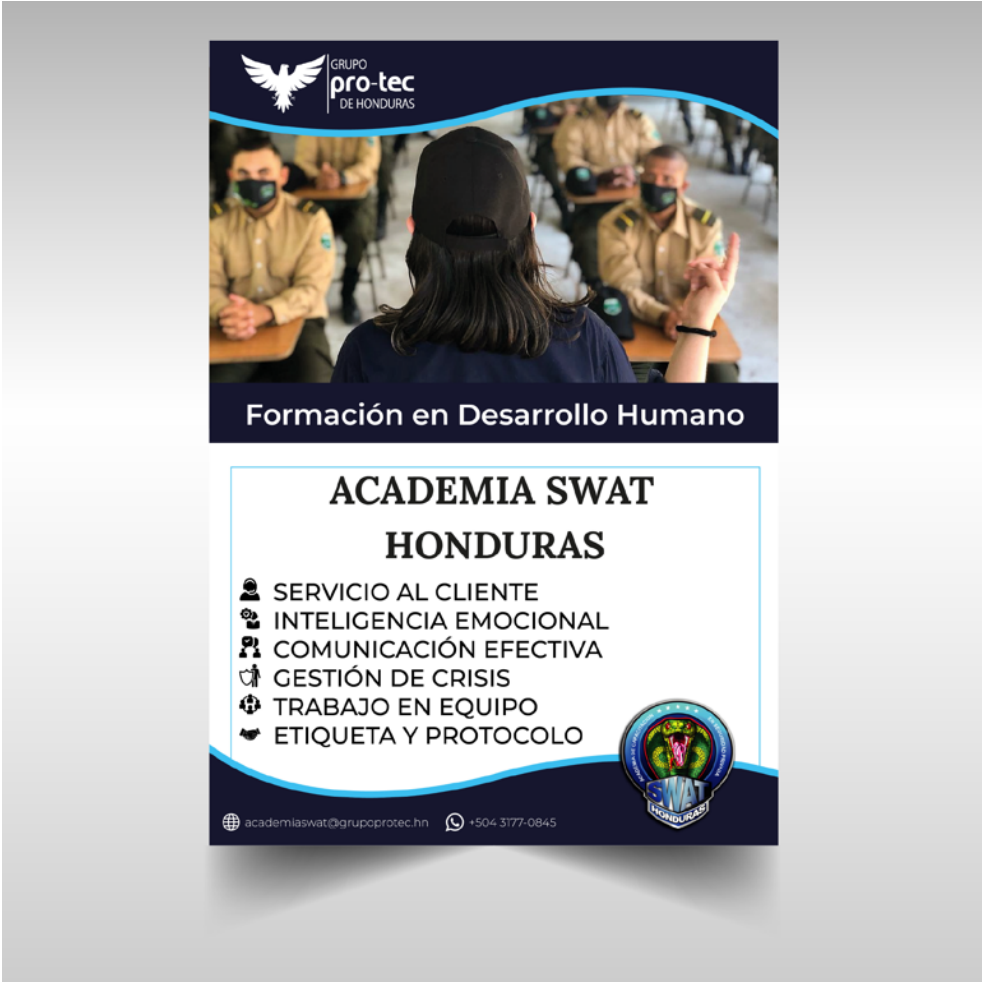


Ilustración 39. Flyer Desarrollo SWAT

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.6. ACTIVIDAD 06: ARTES DEL CALENDARIO FESTIVO

Como se mencionaba anteriormente, Grupo PRO-TEC desea retomar actividad en las redes sociales, es por esto que por parte de Gerencia de Mercadeo y Gerencia General, se decidió elaborar todos los artes indicativos a las fiestas del calendario de todo el año 2021 para que todos estos siguieran una sola línea gráfica y que estuvieran ya listos solo para postearlos en sus redes sociales, incluyendo Whatsapp, ya que para ellos era muy difícil elaborarlos por la falta de tiempo. Dicha actividad tomó aproximadamente una semana en terminar de elaborar todos los artes y estos fueron aceptados de una buena manera y no se realizaron muchos cambios, solo en los primeros que fue mejoras en la ortografía y en algunos de los demás meses, que eran cambios en las fotografías ya que algunos artes al ser exportados, las imágenes se miraban pixeladas y estas debían ser cambiadas para que se visualizara el profesionalismo plasmado en cada uno de estos



Ilustración 40. Arte del mes de mayo

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)



Ilustración 41. Arte del mes de junio

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.7. ACTIVIDAD 07: TRIFOLIO EMPRESARIAL

Un tríptico o tríptico es un folleto informativo que está doblado en tres partes, por lo general es de tamaño de papel carta que invita a conocer de manera atractiva sobre algo en particular, que difunde información breve y significativa. Esta actividad consistió en crear un tríptico en el cuál se explicaba brevemente en lo que consisten las 3 empresas de Grupo PRO-TEC con sus servicios e imágenes de estos para tener una mayor claridad de lo que estas tratan y que beneficios brindan, al igual que va incluido su ubicación y todos sus medios de contacto. Este documento se podría decir que es un resumen del perfil corporativo. Es una actividad que tomó mucho tiempo en terminar de realizarse debido a los cambios continuos por parte de una de las ejecutivas de negocios de SWAT, que era la encargada de supervisar esta actividad y no tenía una idea clara de lo que deseaba hacer. Se presentaron varias propuestas e incluso se trabajó en una de ellas pero al no tener definido lo que se deseaba, ella decidió que se debía volver a iniciar todo el proceso creativo. Se realizaron muchos cambios continuos de información, imágenes y estructura.



Ilustración 42. Tríptico Empresarial

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.8. ACTIVIDAD 08: INFOGRAFÍAS

Una infografía es una presentación de datos en forma visual, resumen o condensan una cantidad de información en poco espacio, de manera que resulte rápido y fácil de entender. Para esta actividad, solicitada por la Gerente de Mercadeo, se solicitó realizar varias infografías las cuales hablaran de Seguridad Industrial y también informando sobre la situación del Covid-19 y todo lo que se relacione con ambos, y de esta manera informar a las personas que tienen poco conocimiento sobre estos temas en particular. Fue un trabajo que requirió de investigar información de fuentes fiables para poder transmitir un buen mensaje a todas las personas a las que se llegara con estas infografías. De igual manera, para este trabajo no se solicitaron cambios ya que es información de fuentes fiables y que transmiten una información que no alarma a las personas, sino que las informa y les permite mantener la calma y empaparse y conocer más de estos temas que son muy importantes en el ámbito laboral y personal. Estas siguen la línea gráfica definida para las redes sociales de la empresa y es por eso que recibieron una buena aceptación por parte de la Gerente de Mercadeo.

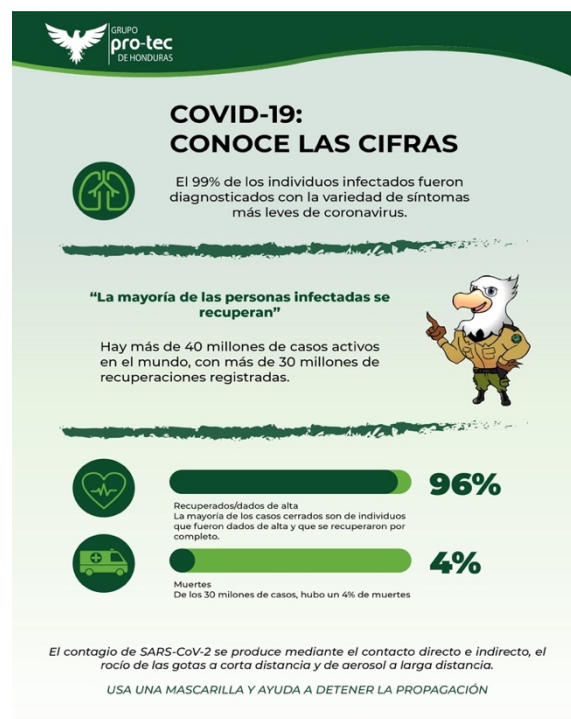
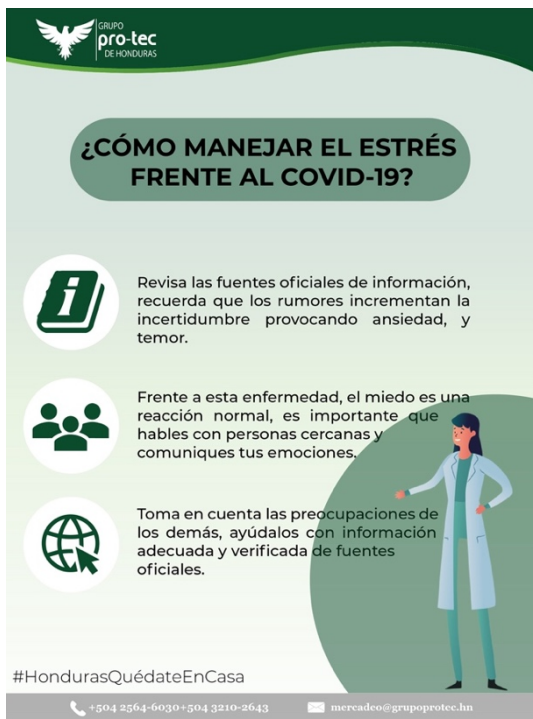


Ilustración 43. Infografías

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.9. ACTIVIDAD 09: FOTOGRAFÍAS DE PORTADA FACEBOOK

Esta actividad fue solicitada por la empresa ya que desean refrescar y dar una nueva imagen a sus redes sociales, en las cuales se representarían sus servicios. Este trabajo se realizó en un aproximado de 4 horas y se elaboró cuatro propuestas distintas para que la persona encargada de las redes sociales de la empresa, en este caso es la misma Gerente de Mercadeo, eligiera cual era la que mejor convendría en la página de Facebook. Para esta tarea no fueron necesarios cambios ya que transmitían justo lo que ellos deseaban y les gustaron mucho las nuevas ideas para su página.



Ilustración 44. Fotografía Portada Facebook #1

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.10. ACTIVIDAD 10: PROPUESTA DE DISEÑO DE BANNER

Los banners son herramientas versátiles que se presentan de forma simple y eficiente a públicos objetivos, son publicidad efectiva en exteriores. Para la propuesta de diseño de banners se realizó una propuesta con dos variantes. Se modificó la posición del texto y ciertos elementos para que de esta manera la persona que solicitó los banners, Gerente de Mercadeo, tenga diferentes percepciones del mismo diseño y elija el que más se adapte a sus gustos y a la representación visual de la empresa. En este caso, fue muy claro que lo necesitaban era algo llamativo para poder atraer vistas y la atención de las personas. Se colocó la información breve de la empresa y los contactos para que se puedan comunicar directamente con las personas encargadas. No es necesario colocar mucha información por que es posible que no lean todo por el tiempo y con las imágenes se utilizaron se puede dar a entender de que trata la empresa, además que está muy bien posicionada en el mercado.



Ilustración 45. Banners

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.11. ACTIVIDAD 11: PROPUESTA DE DISEÑO DE MUPIS

El nombre MUPI viene de las siglas de Mobiliario Urbano para Publicidad Integrada, es un soporte independiente utilizado para exponer cartelera de carácter comercial. Para esta actividad de propuesta de diseño de mupis, se creó una propuesta por empresa. Como empresa, desean tener más clientela y es por eso que necesitan ver propuestas para poder expandir su publicidad no solo en redes sociales, sino también en el exterior.



Ilustración 46. Mupi Grupo PRO-TEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.12. ACTIVIDAD 12: PROPUESTA DE DISEÑO DE LIBRETA CORPORATIVA

6.12.1. PORTADA/PARTE TRASERA

Los cuadernos y libretas corporativas son productos que se utilizan para promocionar una empresa o negocio, a los clientes y proveedores les gusta recibir este tipo de productos ya que son funcionales y de buen gusto. En esta actividad se realizaron dos propuestas distintas, siempre utilizando los mismos colores de la empresa. No se hicieron cambios ya que les gustó ambos propuestas.

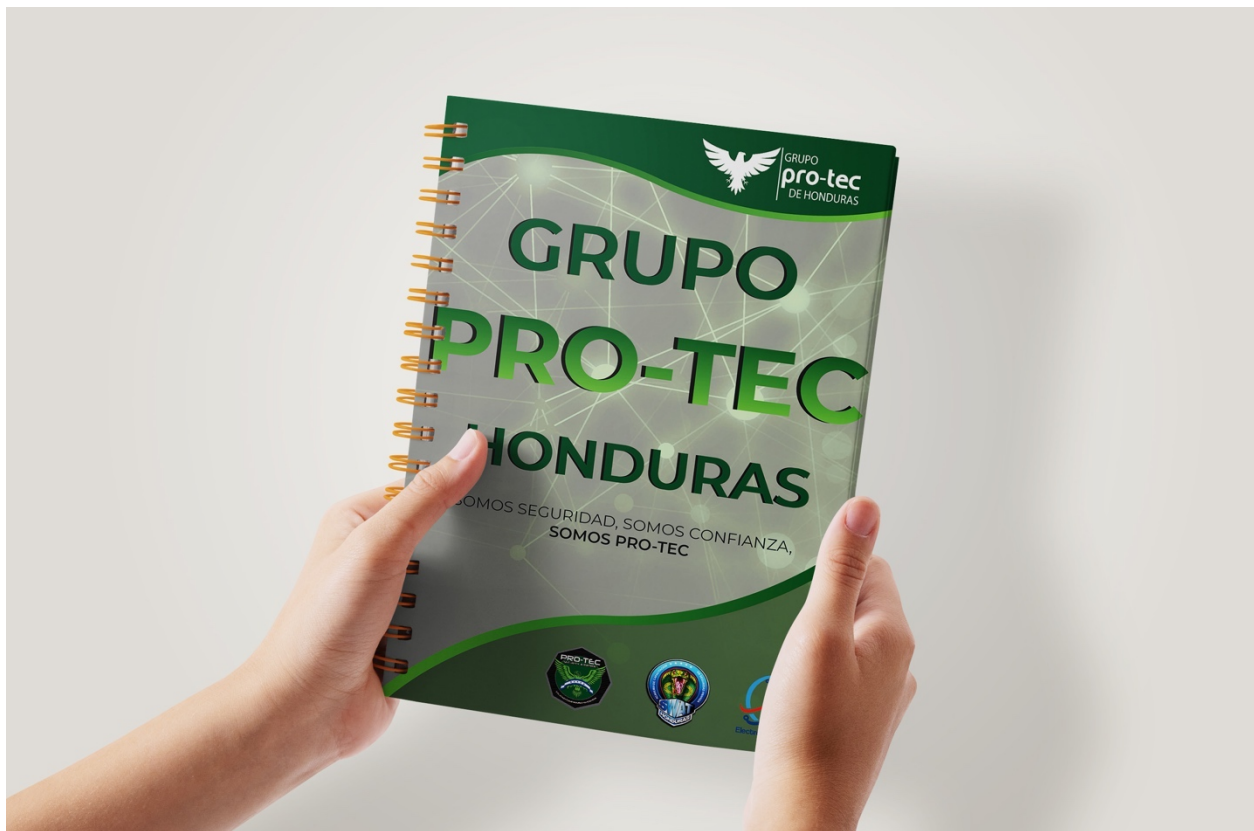


Ilustración 47. Propuesta #1 Libreta Corporativa

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

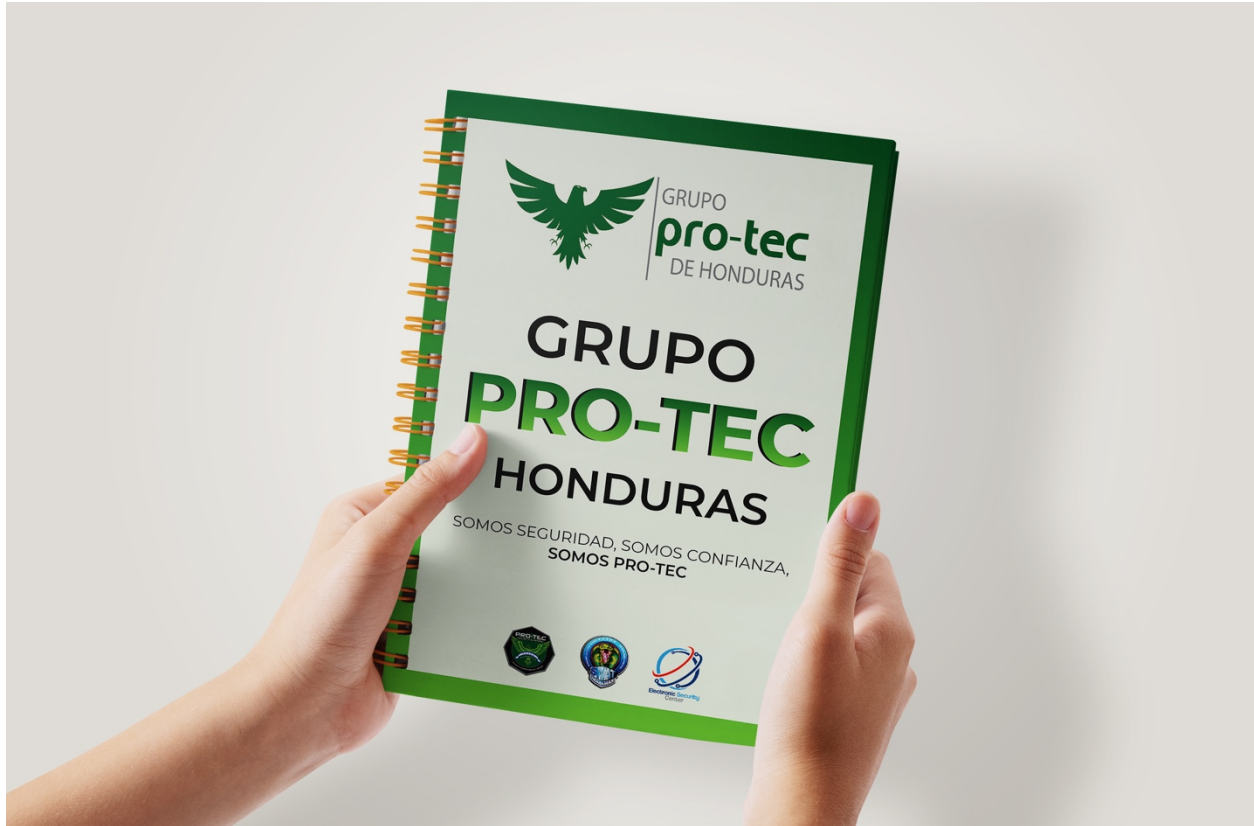


Ilustración 48. Propuesta #2 Libreta Corporativa

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.12.1. DISEÑO DE LAS HOJAS

En esta siguiente parte, se realizó el diseño de las primeras tres hojas de la libreta, las cuales contienen las mascotas de la empresa, que son las águilas, también contiene el formato de nombre, emergencias, calendario, un poco de información y los servicios que ofrecen las tres empresas que forman Grupo PRO-TEC.



Ilustración 49. Propuesta #1 Hojas Libreta Corporativa

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

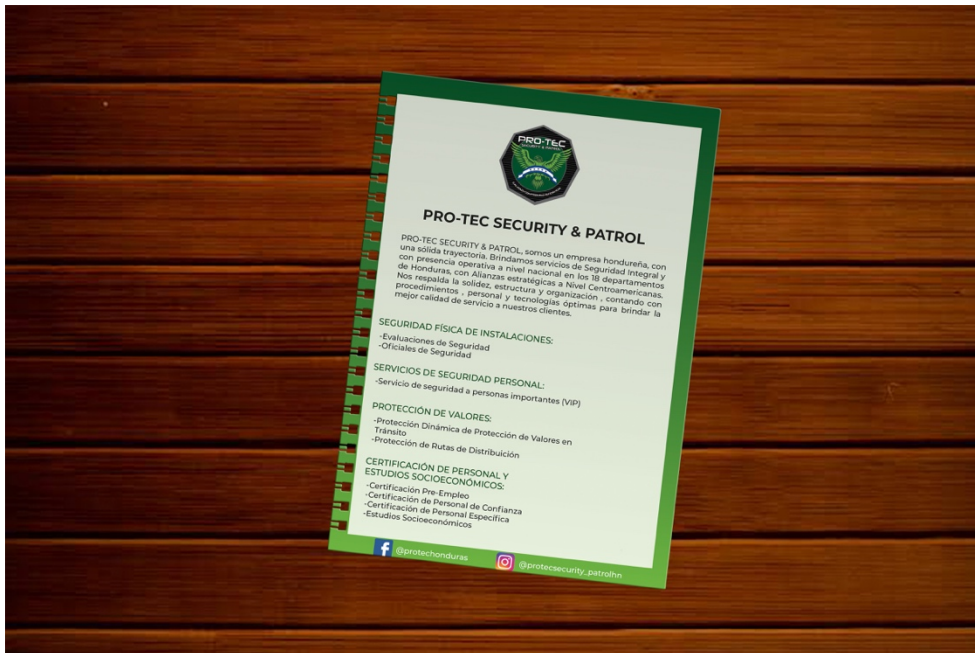


Ilustración 50. Propuesta #2 Hojas Libreta Corporativa

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.13. ACTIVIDAD 13: LOGO VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El logotipo es un elemento con el que se puede apelar a la memoria visual de una persona para que no olviden una marca. Esto hace que exista la presencia y permanencia de cualquier tipo de organización sin que sea necesario recurrir a ningún tipo de descripción extensa. Para esta actividad, que fue asignada por la Gerente de Mercadeo, solicitó que le presentara tres propuestas para un Voluntariado Corporativo con referencia a cuidar el planeta. Ella envió una sugerencia de como deseaba el logo y al mismo tiempo comentó que podía hacer el logo a gusto propio. Teniendo en cuenta todo lo dicho anteriormente, también pidió que se elaboraran mockups en camisetas y gorras para visualizar de una forma más clara como sería el producto final. Esta actividad duró unos cuantos días, ya que se realizaron bocetos, se digitalizaron y se creó variantes de los logos principales, se buscaron los mockups, se realizó el montaje debido y la Gerente comentó que eran propuestas que ella deseaba presentar y por eso se realizó una presentación en donde se colocó los logos y los mockups debidos con cada una de las dos propuestas finales.



Ilustración 51. Propuesta #1 Logo Voluntariado Corporativo
Fuente: (Rosa Rivas, 2021)



**GRUPO PRO-TEC
DE HONDURAS**

Ilustración 52. Propuesta #2 Logo Voluntariado Corporativo
Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.14. ACTIVIDAD 14: APLICACIONES DEL LOGO VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Colocar un logo sobre ciertos productos nos ayuda a visualizar de una manera más clara como se observarían los productos en la vida real. En este caso específico, las personas que vieron las dos propuestas de los Logos del Voluntariado no tenían claro por cuál decidirse, es por que la Gerente de Mercadeo solicitó que se realizaran aplicaciones de los logos en ciertos productos, ya que de esta manera les podría ayudar a ellos a visualizar cuál de los dos logos quedaría mejor bordado en los productos que se solicitaron. Se realizaron las aplicaciones sobre camisas cuello redondo (hombre y mujer), camisas polo (hombre y mujer), gorras y chalecos. Para esta propuesta, igualmente se realizó una pequeña presentación con todas las aplicaciones para tener una mejor organización y poder comparar cuál de los dos era la mejor opción. Al final se decidió que la Propuesta #2 era la más apta para este proyecto de Voluntariado Corporativo.



Ilustración 53. Camisa polo propuesta #1 Logo Voluntariado Corporativo
Fuente: (Rosa Rivas, 2021)



Ilustración 54. Camisa propuesta #2 Logo Voluntariado Corporativo
Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.15. ACTIVIDAD 15: PROPUESTA DE LOGOS PARA NUEVOS PROYECTOS

Grupo PRO-TEC de Honduras, es un grupo de empresas que es muy conocido por su versatilidad de servicios. Dentro de los planes de la empresa está poder expandirse hacia diferentes áreas, como por ejemplo: abrir una clínica y un bufete legal. Por lo mencionado anteriormente, la Gerente de Mercadeo solicitó crear bocetos e ideas de logos para las nuevas empresas que se desean agregar a Grupo PRO-TEC. Dicha actividad fue bastante trabajosa, ya que ellos deseaban ver propuestas casi inmediatas. Para estas nuevas empresas, ellos aún no tienen establecido ningún nombre, colores, valores, solo deseaban ver ideas y lo dejaron todo a creatividad del practicante, por esto se decidió siempre mantener los colores verdes y azules que destacan a Grupo PRO-TEC, ya que sus empresas poseen estos colores y también se utilizó el color rojo como variante ya que está incluido en el logo actual de la empresa SEC. Para los logos del bufete, las primeras propuestas no fueron de su agrado y por lo tanto se elaboraron nuevas propuestas para este proyecto.

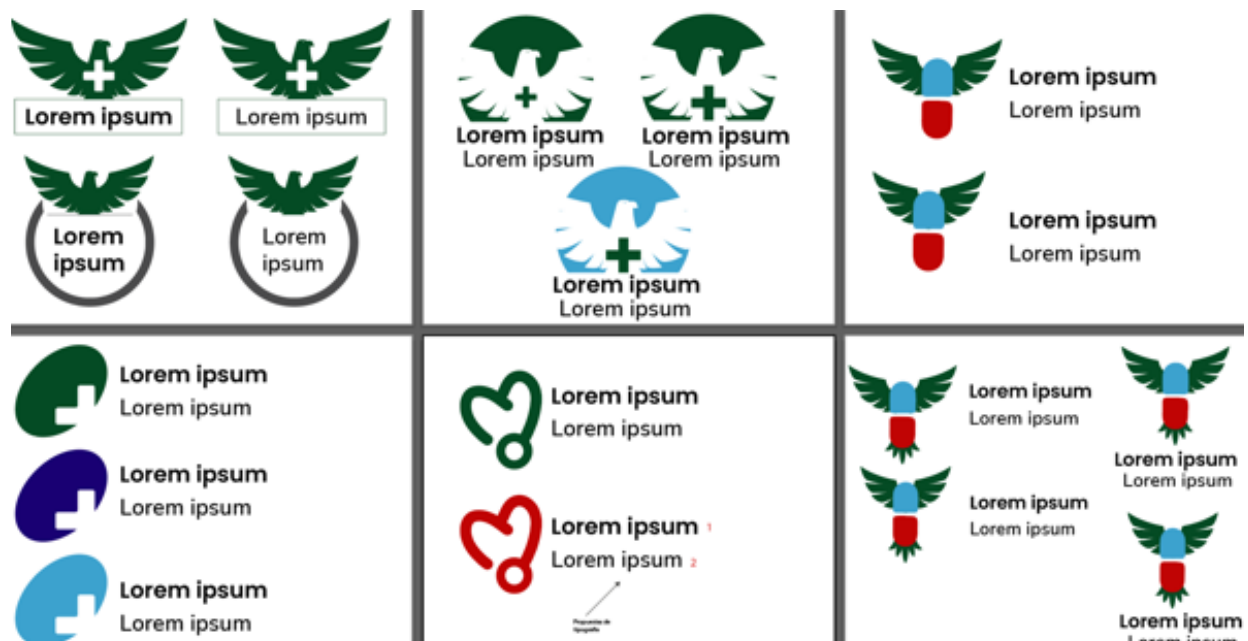


Ilustración 55. Propuestas Logo Clínica

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

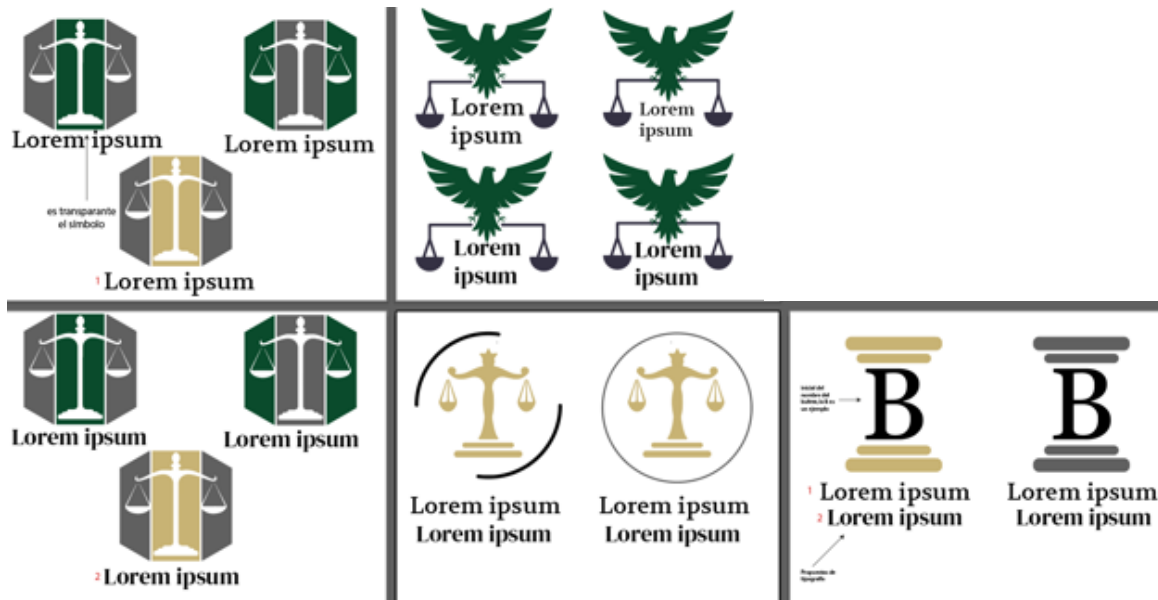


Ilustración 56. Propuestas Logo Bufete #1

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)



Ilustración 57. Propuestas Logo Bufete #2

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.16. ACTIVIDAD 16: CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en una de las principales herramientas de comunicación e interacción de las empresas. Es importante que una empresa tenga presencia en las redes sociales porque permite atender por otras vías las solicitudes de los clientes, brindar servicios de respuesta e información, y así las personas se enteran de muchas noticias, eventos, videos y todos los elementos que estén relacionados con la empresa, sus productos y servicios. Se mencionó anteriormente que la empresa deseaba tener más presencia y actividad en las redes sociales, por esta razón se decidió realizar posts publicitarios que interactuaran de una manera más directa con el público. Son artes sencillos pero que hacen que las personas se sientan incluidas dentro de estos y de esta forma transmiten confianza y seguridad, además de que se conecta a un nivel personal con todo el público que los sigue por las diferentes redes.



Ilustración 58. Contenido Redes Sociales

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

6.17. ACTIVIDAD 17: ARTES INFORMATIVOS

Como empresa es de gran importancia tener información sobre los productos y servicios que se ofrecen, debido a que esto ayuda a los clientes potenciales a tener una idea más clara sobre lo que empresa ofrece y si es eso lo que ellos andan buscando. Esta actividad fue solicitada por parte de una de las ejecutivas de negocios, ellos ya tenían artes hechos anteriormente por esta misma persona que tomaba el rol de diseñador pero deseaban actualizar los formatos para estas. Dicha tarea fue todo un protocolo debido a que esta persona no tenía claro lo que deseaba y siempre que se mandaban propuestas no contestaba o solo decía que no, debido a estos inconvenientes esta tarea se prolongó más tiempo de lo esperado. Se intentó dar nuevas ideas, como por ejemplo los artes de SWAT publicarlos en Instagram como carrusel, ya que los artes anteriores estaban muy cargados y las personas normalmente cuando ven algo muy cargado no se toman el tiempo de leer todo lo que está escrito, además de que esta sería una nueva idea para su feed. Al final estos artes que fueron realizados solo quedaron como propuestas ya que nunca se recibió ningún comentario o sugerencia sobre estos. Para referencia ver: Ilustración 3 y 4.



Ilustración 59. Propuesta de Artes Carrusel

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

VII. PROPUESTAS DE MEJORA

En esta sección encontraremos de manera detallada, tres propuestas de mejora sugeridas por el practicante a la empresa Grupo PRO-TEC Honduras.

7.1. MANUAL DE INDUCCIÓN

El objetivo principal de este proceso es que las personas nuevas que ingresan a la empresa puedan informarse y conocer más sobre qué trata la compañía y que servicios/productos ofrece. Además permite que el rendimiento de estas personas sea mas eficaz y productivo, y así crear un vínculo de seguridad y confianza entre el colaborador y la empresa o persona encargada de esta labor.

Según ABCom (2018), cuando llega un colaborador nuevo a la compañía es importante que se sienta bienvenido. Es necesario que desde el primer minuto, conozca a la organización en su sentido amplio: cultura organizacional, su historia, metas, restos a futuro. Esta es la base de un proceso de inducción corporativa.

El proceso de inducción en las empresas no sólo permite dar una buena bienvenida para encarar de la mejor manera el nuevo trabajo, sino que también favorece el desempeño organizacional, esto hace que se logre alcanzar de modo más eficiente los niveles de productividad y autonomía necesarias para cumplir con los objetivos corporativos.

Por último, no se debe olvidar que la estrategia de inducción de la empresa debe contemplar un proceso de seguimiento, esto significa a que se debe dedicar tiempo a evaluar si el nuevo colaborador ha comprendido verdaderamente toda la información y si su desempeño concuerda con los objetivos indicados.

Cuando no se cuenta con una buena inducción el nuevo integrante tendrá muchas dudas y preguntas y esto puede ocasionar una inseguridad al momento de realizar los deberes que se han asignado.



Ilustración 53. Ejemplo de Inducción

Fuente: (Staffing Personal, 2021)

7.1.1. MANUAL DE INDUCCIÓN GENERAL PARA GERENCIA

Como primera propuesta de mejora encontramos el manual de inducción general para el departamento de Gerencia de Mercadeo y Gerencia General. Para poder realizar este documento se tomó en cuenta los diferentes inconvenientes, dudas, y demás necesidades durante el tiempo de desempeño en la empresa. El manual está diseñado para que conlleve la información necesaria para saber más sobre el consorcio y las empresas que lo comprenden junto con sus servicios/productos entre otra información de mayor relevancia.

Este manual fue elaborado con Adobe Illustrator ya que facilita la manipulación de los elementos en las mesas de trabajo. Este manual se utilizará en formato digital ya que es más accesible para poder compartirlo con otras personas, además dentro de este se encontrará un link en el que se tendrá acceso a todos los recursos de la empresa, como ser: logos, tipografías, paletas de colores, y todos los elementos que sean necesarios para un buen manejo de la imagen corporativa.



Ilustración 54. Manual de Inducción PRO-TEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

7.1.2. COSTO DEL TRABAJO

El costo por la elaboración del manual de inducción varía en base a diferentes factores: tiempo, si se proporciona toda los recursos, ya que si la persona encargada debe investigar o agregar recursos el costo de este se eleva.

Para este trabajo se realizaron dos cotizaciones, la primera fue a una empresa llamada: DPI Publicidad y Mercadeo y la segunda a un freelancer: Tania Velásquez. Tomando en cuenta que se entrega toda la información y recursos, para que solo se

unan las partes y se cree el documento. DPI Publicidad & Mercadeo cobra un total de Lps. 208.33 por página, sin incluir el impuesto, en cambio, el freelancer cobra un total de Lps.100.

A continuación se presenta la cotización del precio total por la elaboración del manual de inducción.

Tabla 11: Cotización de Manual de Inducción

COTIZACIÓN

Manual de Inducción

Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Freelance	Lps. 1,200.00	1 semana
DPI Publicidad & Mercadeo	Lps. 2,500.00	5 días
Diseñador PRO-TEC	Lps. 2,500.00	5 días

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

7.1.3. COSTO-BENEFICIO

A continuación se demuestra el desglose de un diseñador promedio, basándose en un salario estimado, ya que la empresa Grupo PRO-TEC no cuenta con un Diseñador Gráfico.

Para obtener estos costos se investigó con otros diseñadores un monto estipulado de un salario mínimo de un profesional en Diseño Gráfico. El costo por hora se dividió: el salario mensual estimado por la cantidad de días (30 días) y luego para sacar un estimado por hora, se dividió el resultado del salario por día entre 8 horas laborales, obteniendo de esta manera los siguientes resultados:

Tabla 12: Costo estimado por hora

Costo estimado por hora

Salario estimado	Salario por día	Salario por hora
Lps. 15,000.00	Lps. 500.00	Lps. 62.5

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Una vez obtenida la información anterior, enfocándonos en la cifra obtenida de salario por hora se procedió a calcular el costo de elaboración para esta primera propuesta de mejora, basándose en la cantidad de días en que el practicante elaboró la propuesta:

Tabla 13: Costo de elaboración de Manual de Inducción PRO-TEC

Desglose de Diseñador PRO-TEC - Manual

Días	Horas	Costo Total
5	40	Lps. 2,500.00

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

El resultado de los costos se obtuvo multiplicando la cantidad de días en que se realizó el manual por las 8 horas laborales y el resultado que surgió que en este caso fueron 40 horas y se multiplicó por el costo por hora (Lps. 62.5).

Ya que obtuvimos los precios de elaboración para esta propuesta, se sumaron los costos totales cotizados y se obtuvo un promedio total de, Lps. 1,850. Que es un costo que la empresa se ahorra debido a que el practicante ya realizó esta propuesta.

7.2. REDISEÑO DE LOGOS

Los logos son parte de la imagen corporativa de una empresa, ya que sirve como punto de identificación y permite que los clientes reconozcan una marca, además que es un elemento diferenciador.

Para que un logo sea exitoso y cumpla su propósito debe ser fácil de recordar, escalable, es decir que un buen logo deber ser reproducible en cualquier tamaño sin perder la legibilidad y debe adaptarse a varios formatos. Debe ser relevante, debe ser atractivo para el público. De igual forma debe ser atemporal, esto quiere decir que al pasar el tiempo este sea perdurable y original, el cual debe tratar de ser único y diferente en relación con las empresas de su sector (la competencia).

7.2.1. ACTUALIZACIÓN DE LOS LOGOS DE GRUPO PRO-TEC HONDURAS

Como segunda propuesta de mejora encontramos la actualización de los logotipos de la empresa Grupo PRO-TEC Honduras. Esta es una empresa que está muy bien posicionada en el mercado, además que es muy profesional y ética en su rubro. Es por esto que deben tener una imagen que represente todos sus valores y que la diferencie de la competencia. Los logos de esta empresa fueron hechos hace 20 años y como es de nuestro conocimiento, las reglas y tendencias en el diseño se van innovando cada vez más y de diferentes formas a como lo conocíamos hace 20 años.

Es por esta razón antes mencionada, es que se deben actualizar los logos, para mostrar una imagen fresca, renovada y que sea escalable, ya que los logos actuales no tienen varias características de los elementos mencionados.



Ilustración 55. Logos actuales

Fuente: (Grupo PRO-TEC Honduras, 2021)



Ilustración 56. Rediseño Logo PRO-TEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

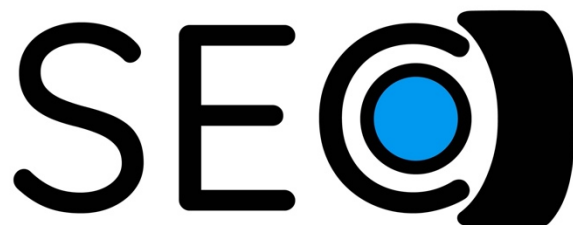


Ilustración 57. Rediseño Logo SEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)



Ilustración 58. Rediseño Logo SWAT

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

7.2.2. COSTO DEL TRABAJO

El costo de los rediseños de logos varían en el factor tiempo, entre menos tiempo se tarda una agencia, un diseñador, o un freelance pueden llegar a ser muy costosos y al igual depende de que tantos elementos se desea en estos y si es necesario realizar cambios, es por eso que para renovarlos es necesario tener una idea clara de lo que se desea y si no es así, estar dispuesto a recibir nuevas ideas no tradicionales, innovadoras y diferentes. Las técnicas hoy en día han cambiado y es necesario como empresa tradicional ir adaptándose a las nuevas modalidades.

Para este trabajo se realizaron dos cotizaciones, la primera fue a una empresa llamada: DPI Publicidad y Mercadeo y la segunda a un freelancer: Tania Velásquez. DPI Publicidad & Mercadeo cobra un total de Lps. 3,000.00 por logo, sin incluir el impuesto, en cambio, el freelancer cobra entre Lps. 1,500.00 – Lps. 2,500.00, el cuál en este caso lo podemos redondear a un precio de Lps. 2,000.00 por logo.

Estos fueron los resultados totales que se obtuvieron de las cotizaciones realizadas:

Tabla 14: Cotización de Rediseño de Logos PRO-TEC

COTIZACIÓN

Rediseño de Logos

Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Freelance	Lps. 6,000.00	2 semanas
DPI Publicidad & Mercadeo	Lps. 9,000.00	1 semana
Diseñador PRO-TEC	Lps. 3,500.00	1 semana

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

7.2.3. COSTO-BENEFICIO

A continuación se muestra el desglose de un diseñador promedio, basándose en un salario estimado, ya que la empresa Grupo PRO-TEC no cuenta con un Diseñador Gráfico.

Para obtener estos costos se investigó con otros diseñadores un monto estipulado de un salario mínimo de un profesional en Diseño Gráfico. El costo por hora se dividió: el salario mensual estimado por la cantidad de días (30 días) y luego para sacar un estimado por hora, se dividió el resultado del salario por día entre 8 horas laborales, obteniendo de esta manera los siguientes resultados:

Tabla 15: Costo estimado por hora

Costo estimado por hora

Salario estimado	Salario por día	Salario por hora
Lps. 15,000.00	Lps. 500.00	Lps. 62.5

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Una vez obtenidos los datos anteriores, enfocándonos en la cifra obtenida de salario por hora se procedió a calcular el costo de elaboración para esta segunda propuesta de mejora, basándose en la cantidad de días en que el practicante elaboró esta propuesta:

Tabla 16: Costo de elaboración de Rediseño de Logos PRO-TEC

Desglose de Diseñador PRO-TEC - Logos		
Días	Horas	Costo Total
7	56	Lps. 3,500.00

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

El resultado de los costos se obtuvo multiplicando la cantidad de días en que se realizó los logos por las 8 horas laborales y el resultado que surgió que en este caso fueron 56 horas y se multiplicó por el costo por hora (Lps. 62.5).

Ya que obtuvimos los precios de elaboración para esta propuesta, se sumaron los costos totales cotizados y se obtuvo un promedio total de, Lps. 7,500.00. Que es un costo que la empresa se ahorra debido a que el practicante ya realizó esta propuesta.

7.3. REDISEÑO DE PÁGINA WEB

Un sitio web, es un sitio localizado en la World Wide Web (www) que contiene documentos organizados jerárquicamente. Un sitio web es un conjunto de páginas web que son accesibles a través de internet, convenientemente enlazadas y con una finalidad concreta. Está identificado por una dirección URL única, que usualmente es la página de inicio o Home page.

Los sitios web de servicios profesionales buscan incentivar a los usuarios a adquirir sus productos o servicios pero sin ser un comercio electrónico.

Es bueno y recomendable que las empresas cuenten con redes sociales, pero en cierta forma estas son un poco limitadas, ya que no se puede detallar mucha información, como ser: historia, entre otras cosas de mucha importancia. En cambio un sitio web está diseñado específicamente para brindar una amplia y detallada sección sobre cada uno de los servicios y/o productos que ofrece una empresa. En este caso las personas o clientes potenciales pueden navegar por el sitio web y encontrar todo lo relacionado con la empresa.

En otras palabras se podría decir que un sitio web es la carta de presentación de una empresa, y las redes sociales ayudan a complementarla dando publicidad en diferentes plataformas.

Según el sitio GoDaddy (2020) existen al menos 8 tipos de sitios web:

1. Comercio Electrónico: estos sitios se conforman de varias páginas web donde las empresas muestran su producto y los usuarios pueden realizar pedidos en línea.
2. Landing Page o sitio de una sola página: estos sitios concentran toda su información en una sola página web en la que el usuario accede al contenido a medida que se desplaza hacia abajo.
3. Institucionales: la función principal de estos sitios es alojar la información básica de una organización o negocio.
4. Brand Websites o sitios de marca: son utilizados por marcas de consumo masivo para afianzar su imagen corporativa.
5. Blogs: estos sitios sirven para publicar artículos o posts de manera cronológica, con temas que van desde historias de vida hasta noticias. Su actualización debe ser constante.
6. De Servicios Profesionales: buscan incentivar a los usuarios a adquirir productos o servicios, pero sin ser estrictamente un e-commerce.

7. Foros, comunidades y redes sociales: estos sitios reúnen a usuarios con intereses afines para comunicarse entre sí. Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, son algunos ejemplos representativos.
8. Wikis: son enciclopedias digitales colaborativas en las que una comunidad de autores se encargan de subir y corregir la información. El sitio web más famoso en este formato es Wikipedia.

7.3.1. REDISEÑO DE SITIO WEB DE GRUPO PRO-TEC HONDURAS

Como tercera propuesta de mejora, se encuentra el rediseño del sitio web de Grupo PRO-TEC Honduras. La empresa cuenta con un sitio web dentro del cual se encuentra la información esencial, como ser: historia, valores, servicios y productos, contactos, ubicación, alianzas, entre otro aspectos indispensables.

Como se había planteado anteriormente, la empresa no cuenta con una línea gráfica definida, es por esto que se debe rediseñar, ya que la información no está actualizada, las imágenes son de años atrás lo que puede causar inseguridad o las personas pueden asumir que está abandonada por la falta de actualización. El diseño del sitio no se mira ordenado ni armónico. Faltan las redes sociales de la empresa, las cuales si están más actualizadas que el sitio web de esta.

Para la elaboración del rediseño del sitio web se tomó en cuenta los colores corporativos de la marca que representan sus valores y la marca, siguiendo siempre las nuevas adiciones y lineamientos a la imagen corporativa. Se realizó el sitemap que tendría el sitio, que sirve como guía y ejemplo de cuantas páginas tendrá el sitio. El sitio web actual de la empresa cuenta con 7 secciones y dentro de estas se encuentran más lo cuál puede ser un poco agobiante para el público.

Para el nuevo diseño de la página web se decidió dejar cuatro secciones visibles en la parte superior del lado derecho. Se elaboró el diseño de las plantillas, como se verían con todos los elementos ubicados.

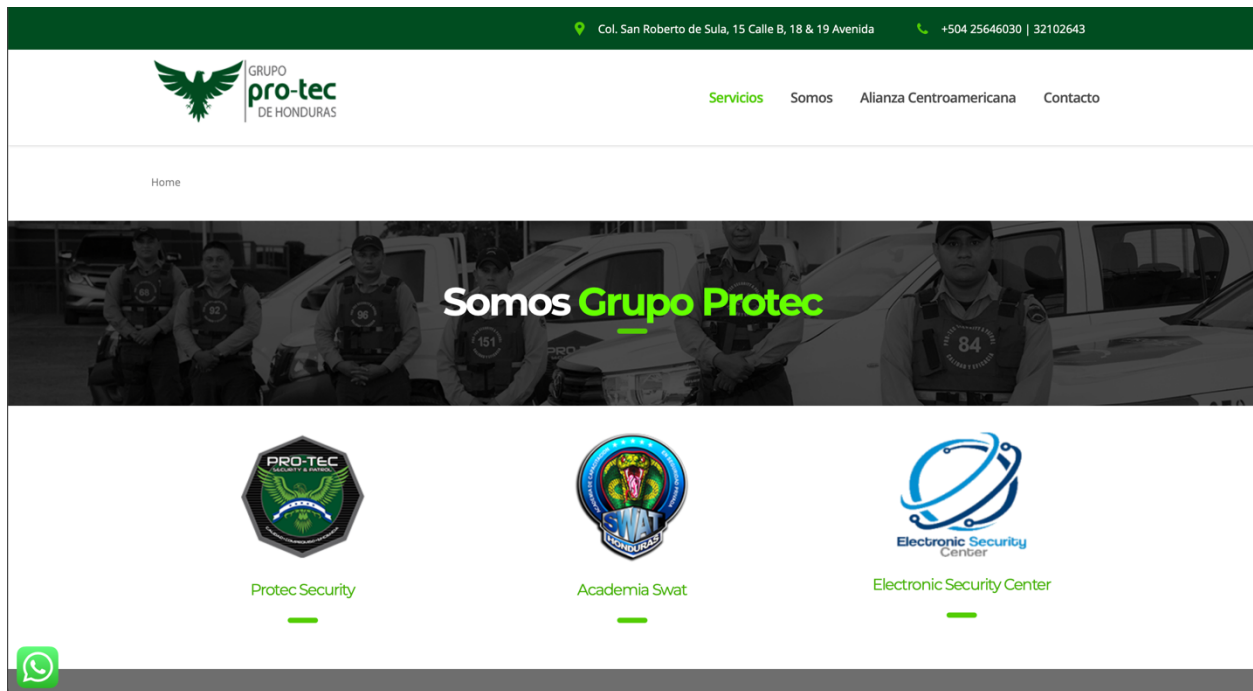


Ilustración 59. Página Actual Grupo PRO-TEC

Fuente: (Grupo PRO-TEC, 2021)



Ilustración 60. Rediseño Sitio Web Grupo PRO-TEC

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

7.3.2. COSTO DEL TRABAJO

La elaboración de un sitio web es compleja y poder realizar un proyecto de esta dimensión toma un tiempo estimado entre un mes a dos meses. Es por eso que para este proyecto solo se realizó el diseño de la página web, ya que ellos cuentan con un programador y lo que se desea es mejorar la parte visual del sitio web de Grupo PRO-TEC Honduras. También se debe tomar en cuenta que para establecer los precios es imprescindible tener claro con cuantas páginas va a contar el sitio y algunos otros aspectos esenciales para la elaboración, así como: imágenes e información.

Para esta propuesta se realizaron tres cotizaciones, el freelancer, y dos agencias; DPI Publicidad & Mercadeo y H&G Studio, tomando en cuenta que en las agencias no va incluido el impuesto. Se realizaron tres cotizaciones para este proyecto debido a que esta es la parte de la empresa que necesita más inversión y además que de las propuestas de mejoras dadas esta es la más compleja y se necesitan mas opiniones, ya que el sitio web es una de las primeras impresiones que deja la empresa ante el público.

A continuación, se presenta el costo total de las cotizaciones realizadas para esta propuesta, que es el rediseño del sitio web teniendo en cuenta que solamente es el diseño y no la programación.

Tabla 17: Cotización de Rediseño del Sitio Web

COTIZACIÓN

Rediseño de Sitio Web

Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Freelance	Lps. 4,000.00	2 semanas
DPI Publicidad & Mercadeo	Lps. 8,000.00	1 semana
H&G STUDIO	Lps. 6,500.00	1 semana
Diseñador PRO-TEC	Lps. 4,000.00	1 semana y 1 día

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Se consultó con la Gerente de Mercadeo de la empresa si contaban con el dominio y hospedaje, pero no sabía y consultó con otras personas pero no sabían ni cual era el significado de los términos y por ende, se realizó una cotización sobre esto en: godaddy.com.

The screenshot shows the GoDaddy domain search interface. At the top, the GoDaddy logo and navigation links are visible. The search bar contains 'grupoprotechn.com'. Below the search bar, a green banner indicates 'Dominio disponible' (Domain available) for 'grupoprotechn.com'. The price is listed as '\$4.99/año' (per year), with a crossed-out price of '\$18.99' and a '77%' discount. A note says 'durante el primer año' (during the first year). There is an option to add 'grupoprotechn.us' for '\$4.99 por año'. To the right, a section titled 'Porque es genial.' (Why it's great) lists three benefits: 'Tech' and 'Grupo' are popular keywords, the .com extension is used, and it includes basic privacy protection. At the bottom, there are buttons for 'Continuar al carrito' (Continue to cart) and 'Agregar al carrito' (Add to cart). A footer note states 'Los dominios incluyen Protección básica de privacidad.' (Domains include basic privacy protection).

Ilustración 61. Costo de dominio en GoDaddy

Fuente: (GoDaddy.com, 2021)

Planes y precios

		Mejor valor	
<p>Inicio</p> <p>Para varios sitios web básicos</p> <p>A tan solo</p> <p>\$19.99 /mes</p> <p>En oferta - Ahorra 33% \$29.99 /mes cuando renueves^d</p> <p>Agregar al carrito</p> <p>60 GB de almacenamiento[*]</p> <p>2 GB de memoria RAM</p> <p>1 CPU </p> <p>Tráfico sin medición </p> <p>Sitios web y bases de datos ilimitados</p> <p>SSL gratuito e ilimitado para todos tus sitios web. </p> <p>Correo Office 365 gratis (\$23.88/año) - 1er año </p>	<p>Mejora</p> <p>Para los de alto tráfico de WordPress, Joomla y otros sitios.</p> <p>A tan solo</p> <p>\$34.99 /mes</p> <p>En oferta - Ahorra 30% \$49.99 /mes cuando renueves^d</p> <p>Agregar al carrito</p> <p>90 GB de almacenamiento[*]</p> <p>4 GB de memoria RAM</p> <p>2 CPU </p> <p>Tráfico sin medición </p> <p>Sitios web y bases de datos ilimitados</p> <p>SSL gratuito e ilimitado para todos tus sitios web. </p> <p>Correo Office 365 gratis (\$23.88/año) - 1er año </p>	<p>Crecimiento</p> <p>Para sitios avanzados de comercio electrónico como Magento.</p> <p>A tan solo</p> <p>\$44.99 /mes</p> <p>En oferta - Ahorra 35% \$69.99 /mes cuando renueves^d</p> <p>Agregar al carrito</p> <p>120 GB de almacenamiento[*]</p> <p>6 GB de memoria RAM</p> <p>3 CPU </p> <p>Tráfico sin medición </p> <p>Sitios web y bases de datos ilimitados</p> <p>SSL gratuito e ilimitado para todos tus sitios web. </p> <p>Correo Office 365 gratis (\$23.88/año) - 1er año </p>	<p>Expansión</p> <p>Para sitios de fotografía o de recursos pesados.</p> <p>A tan solo</p> <p>\$59.99 /mes</p> <p>En oferta - Ahorra 40% \$99.99 /mes cuando renueves^d</p> <p>Agregar al carrito</p> <p>150 GB de almacenamiento[*]</p> <p>8 GB de memoria RAM</p> <p>4 CPU </p> <p>Tráfico sin medición </p> <p>Sitios web y bases de datos ilimitados</p> <p>SSL gratuito e ilimitado para todos tus sitios web. </p> <p>Correo Office 365 gratis (\$23.88/año) - 1er año </p>

Ilustración 62. Costo de hospedaje en GoDaddy

Fuente: (GoDaddy.com, 2021)

7.3.3. COSTO-BENEFICIO

A continuación se demuestra el desglose de un diseñador promedio, basándose en un salario estimado, ya que la empresa Grupo PRO-TEC no cuenta con un Diseñador Gráfico.

Para obtener estos costos se investigó con otros diseñadores un monto estipulado de un salario mínimo de un profesional en Diseño Gráfico. El costo por hora se dividió: el salario mensual estimado por la cantidad de días (30 días) y luego para sacar un estimado por hora, se dividió el resultado del salario por día entre 8 horas laborales, obteniendo de esta manera los siguientes resultados:

Tabla 18: Costo estimado por hora

Costo estimado por hora

Salario estimado	Salario por día	Salario por hora
Lps. 15,000.00	Lps. 500.00	Lps. 62.5

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Una vez obtenidos los datos anteriores, enfocándonos en la cifra obtenida de salario por hora se procedió a calcular el costo de elaboración para esta tercera propuesta de mejora, basándose en la cantidad de días en que el practicante elaboró esta propuesta:

Tabla 19: Costo de elaboración del Rediseño del Sitio Web

Desglose de Diseñador PRO-TEC - Sitio Web

Días	Horas	Costo Total
8	64	Lps. 4,000.00

Fuente: (Rosa Rivas, 2021)

Ya que obtuvimos los precios de elaboración para esta propuesta, se sumaron los costos totales cotizados y se obtuvo un promedio total de, Lps. 6,166.66. Que es un costo que la empresa se ahorra debido a que el practicante ya realizó esta propuesta.

VIII. CONCLUSIONES

Ante los objetivos que fueron planteados desde el comienzo, surgen como respuesta a ellos las conclusiones. Después del análisis y el tiempo transcurrido, se llega a las siguientes conclusiones:

- En el tiempo estimado para la práctica se incrementaron los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, elaborando diferentes actividades tales como logos, diseño de stationery, preparación de archivos para web (rgb) y los lineamientos de los trabajos para impresión (cmyk).
- Durante las diez semanas estipuladas para esta etapa se realizaron distintos trabajos bajo los parámetros dados por la Gerente de Mercadeo de la empresa y una de las ejecutivas de negocios, que ayudaron a mejorar la comunicación entre el empleado y la empresa, obteniendo de esta manera comentarios y mejoras constructivas hacia los proyectos elaborados.
- En estas semanas, se logró aplicar y mantener una línea gráfica para todos sus trabajos, posteos de redes sociales, comunicados internos y externos, entre otras actividades realizadas durante este período de práctica profesional.
- A través de estas semanas, se observó el área y se detectaron diversas mejoras que ayudarían a una mejor presentación y a un mejor funcionamiento. Dentro de las cuales se encuentran: un manual de inducción, que contiene toda la información sobre las empresas y como funcionan los logos dentro de estas y sus servicios. La segunda propuesta es un rediseño de sus logos, que son más actuales y frescos, siempre demostrando los valores de sus empresas con un toque moderno y minimalista. Por último, el rediseño del sitio web de Grupo PRO-TEC de Honduras para que este se actualizara y se aplicara los nuevos elementos y parámetros de la línea gráfica que la empresa ha adaptado en estos últimos años.

IX. RECOMENDACIONES

En esta sección del informe el estudiante brinda recomendaciones o sugerencias de mejora sugeridas hacia la empresa, institución y futuros practicantes en base a su experiencia adquirida durante el tiempo establecido de la práctica profesional, siendo las siguientes:

9.1. RECOMENDACIONES A GRUPO PRO-TEC DE HONDURAS

- Emplear el manual de inducción para los futuros practicantes que lleguen a la empresa para asegurar la fácil adaptación y entendimiento del grupo de empresas y sus elementos.
- Realizar un rediseño del sitio web y mantenerlo actualizado, de esta forma podrán inspirar más confianza a sus clientes potenciales y posicionarse dentro del Internet.
- Mantener una constante comunicación con el practicante para agilizar y facilitar las actividades establecidas y para que este tenga un mejor rendimiento.

9.2. RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD

- Cerciorarse que las empresas que están vinculadas con la universidad, estén aptas y capacitadas para recibir al practicante.
- Añadir más clases o ampliar el pensum para extender y reforzar los conocimientos y habilidades en los programas de la familia de Adobe, ya que son de gran demanda en el mercado laboral.

9.3. RECOMENDACIONES AL ALUMNO

- Preparen su portafolio unos tres meses antes para que puedan realizar un trabajo profesional, ya que esa es su presentación personal como diseñador hacia los demás.

- Amplíen sus conocimientos fuera del aula de clase e investiguen sobre las nuevas tendencias, para que siempre estén actualizados y no caer en las rutinas de los mismos diseños y conocimientos de siempre.
- Desde el comienzo de la práctica profesional comiencen a trabajar en sus propuestas de mejora para que puedan aportar e innovar nuevas ideas a la empresa y así demostrar su potencial e iniciativa.
- Sean responsables con todas sus asignaciones tanto de la empresa como de la universidad y sean persistentes en todo lo que realicen.

X. CONOCIMIENTOS APLICADOS

En esta sección se dan a conocer los conocimientos aplicados en la práctica profesional que se han adquirido a lo largo de la carrera:

- Para la toma de fotografías y edición de estas se aplicaron los conocimientos brindados en la clase de Fotografía.
- Para definir una línea gráfica para la empresa se aplicaron los conocimientos adquiridos en Imagen Corporativa y Psicología del Diseño.
- Para la creación de los logos de todos los proyectos los cuales necesitaban uno, se utilizaron los conocimientos y habilidades adquiridas en Comunicación Gráfica I y II y Tipografía.
- Para la elaboración de los artes publicitarios para las redes sociales se pusieron en práctica los conocimientos que se brindaron en Publicidad, Creatividad Publicitaria, Campañas de Divulgación.
- Para el envío de todas las piezas de papelería y las piezas gráficas para impresión se utilizó los conocimientos que se obtuvieron de Artes Finales y Producción de Artes Gráficas.
- Para las propuestas de mejora se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos en Diseño Editorial para el manual de inducción, Comunicación Gráfica para el rediseño de logos y para el rediseño del sitio web, Diseño para Multimedia.

XI. VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA

La práctica profesional es una experiencia que ayuda al estudiante a mostrar el lado real laboral de la profesión y esto hace que la persona pueda desarrollar las habilidades y conocimientos que ha venido adquiriendo durante toda la carrera universitaria. Además hace que el practicante tenga conocimiento de como la responsabilidad tiene un gran papel y que muchas veces se necesita ser proactivo y rápido en encontrar soluciones a los problemas que se pueden llegar a presentar.

Grupo PRO-TEC de Honduras, es una empresa que no está al 100% apta y capacitada para recibir a un practicante, debido a que cuentan con muy poco tiempo para apoyar o dar una retroalimentación de calidad. No habían trabajado con un practicante y esto hacía que fuese más complicado el proceso, ya que no sabían dar instrucciones y se notaba que había desorganización. Hay mucha falta de comunicación por parte de la empresa y no tienen claras las ideas sobre las cosas que desean renovar y al ser una empresa tradicional, en este caso, no estaban abiertos a varias ideas nuevas, es por esto que se atrasaban las actividades, ya que pedían muchos cambios en los proyectos que se estaban realizando.

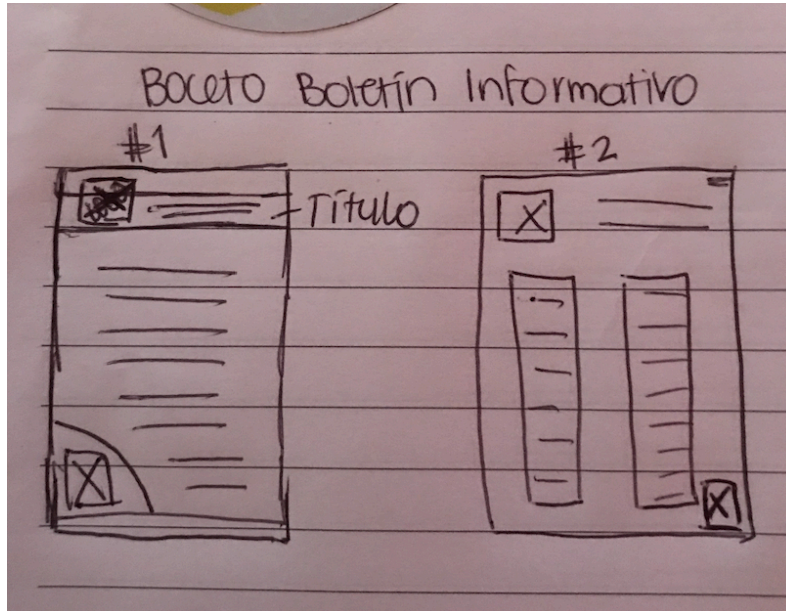
XII. BIBLIOGRAFÍA

- Martínez, A. (2021, 20 marzo). *Diseño gráfico*. Concepto de - Definición de. <https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>
- Carranza, A. (2020, 30 diciembre). *¿Mamá, qué es el diseño gráfico? Te lo cuento sin cambios*. <https://www.crehana.com.https://www.crehana.com/blog/disenio-grafico/que-es-el-disenio-grafico/>
- ObisualMedia. (2016, 22 noviembre). *¿Que es un «Spot Publicitario»?* <https://www.obisualmedia.com/que-es-un-spot-publicitario/>
- Acosta, A. (2018, 7 agosto). *Aspectos básicos de toda línea gráfica*. Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://www.impulsapopular.com/marketing/publicidad/aspectos-basicos-de-toda-linea-grafica/>
- *Especialista en estrategias y campañas de comunicación externa - Nal3*. (2020, 13 octubre). Nal3 Comunicació. <https://nal3.com/agencia-de-comunicacion/comunicacion-externa/>
- Mazzoli, S., & Mazzoli, S. (2020, 27 diciembre). *Cómo crear una Campaña de Comunicación en 8 Pasos*. Silvia Mazzoli. <https://www.silviamazzoli.com/como-crear-una-campana-de-comunicacion-en-8-pasos/>
- *12. La comunicación interna*. (2014, 12 noviembre). Marketing XXI. <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- S. (2020, 22 julio). *Comunicación Interna - Concepto, tipos y objetivos*. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion-interna/>
- *Cómo Vender por internet: Guía en 7 Pasos*. (s. f.). Página Web. <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Perdomo Calles. (s. f.). *ART DIRECTOR / CREATIVE*. Línea Gráfica. <http://mesias31.blogspot.com>
- *manual de organización*. (s. f.). studylib.es. <https://studylib.es/doc/7853818/manual-de-organizaci%C3%B3n>

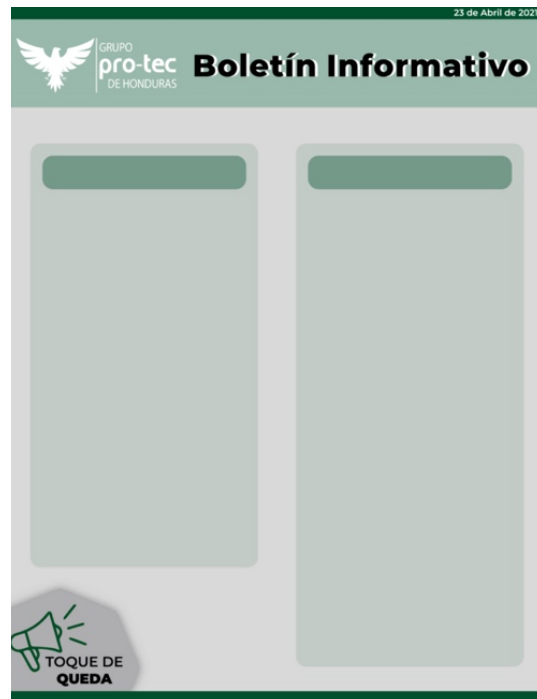
- S. (2018, 5 diciembre). *Fotografía: Concepto, Historia, Tipos y Características*. Concepto. <https://concepto.de/fotografia/#ixzz6vM7S9qQL>
- S. (2020a, abril 28). *Fotografía*. Características. <https://www.caracteristicas.co/fotografia/>
- M. (2021, 12 enero). *Branding*. Weyketing. https://www.veyketing.com/brand-building-corporate-profile-servicios-marketing-mallorca/#corporate_profile
- Chanel. (2020, 10 febrero). Vogue. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/chanel/120>
- A. (2021a, abril 6). *Logo de Chanel: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo. | png, vector*. Logo Chanel. <https://1000marcas.net/chanel-logo/>
- Rivera, A. (2016, 27 octubre). *El logotipo de Chanel y sus diseños publicitarios*. Paredro.Com. <https://www.paredro.com/el-logotipo-de-chanel-y-sus-disenos-publicitarios/>
- D. (s. f.). *Nuestra-historia – Diunsa*. Diunsa. Recuperado 26 de mayo de 2021, de <https://www.diunsa.hn/nuestra-historia>
- Comunicaciones, A. B. (2018, 23 enero). *BIENVENIDOS! La importancia de un buen proceso de inducción | ab comunicaciones*. ab comunicaciones | GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EMPRESAS. <https://www.abcomunicaciones.com/2016/08/18/bienvenidos-la-importancia-de-un-buen-proceso-de-induccion/>
- Llasera, J. P. (2021, 6 mayo). *7 características para diseñar un buen logo hoy en día*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/7-caracteristicas-para-disenar-un-buen-logo-hoy/>
- A. (2021b, junio 2). *Honduras - Somos para ti*. Marca País Honduras. <https://www.marcahonduras.hn>
- (s. f.-b). *Manual de Marca País Honduras*. Issuu. Recuperado 7 de junio de 2021, de https://issuu.com/gerardom.com/docs/manual_marca_pais_hondurascs6_18j

- R. (2021d, mayo 13). *¿Es importante la comunicación interna en una empresa?* El blog de retos para ser directivo | Desafíos de la Gestión Empresarial. <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>
- Acosta, A. (2018, 7 agosto). *Aspectos básicos de toda línea gráfica.* Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://www.impulsapopular.com/marketing/publicidad/aspectos-basicos-de-toda-linea-grafica/>
- Grupo MacDel. (2021, 11 enero). *INICIO* -. <https://grupomacdel.com>
- *Attention Required!* | Cloudflare. (s. f.). Madeline Granados-Fotografía. Recuperado 7 de junio de 2021, de <https://www.madelinefotografia.com>
- CANATURH. (2020, 15 mayo). *Infografía.* Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH). <http://canaturh.org/infografia-covid/>
- Equipo editorial GoDaddy. (2020, 13 octubre). *¿Qué es un sitio web?* Blog. <https://mx.godaddy.com/blog/que-es-un-sitio-web/>
- *¿Qué es una URL? - Aprende sobre desarrollo web | MDN.* (2021, 10 junio). URL. https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/Common_questions/What_is_a_URL
- Domeka, I. (2020, 9 julio). *¿Qué es un logotipo y para qué sirve realmente el logo?* IdeandoAzul - Diseño web estratégico y branding para negocios digitales. <https://ideandoazul.com/branding/logotipo-definicion/>
- Souza, T. (2021, 12 febrero). *Sitemap: Qué es y por qué debes crear el tuyo ahora mismo.* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/sitemap/>
- Chavarría, G. (2021, 25 enero). *¿Qué es hosting y dominio? Conoce sus principales diferencias.* <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/web/que-es-hosting-y-dominio/#que-es-hosting-y-dominio>
- O. (2016, 8 septiembre). *¿Por qué es importante estar en las redes sociales? ¿Quién debe manejarlas?* Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://www.impulsapopular.com/marketing/por-que-es-importante-estar-en-las-redes-sociales-quien-debe-manejarlas/>

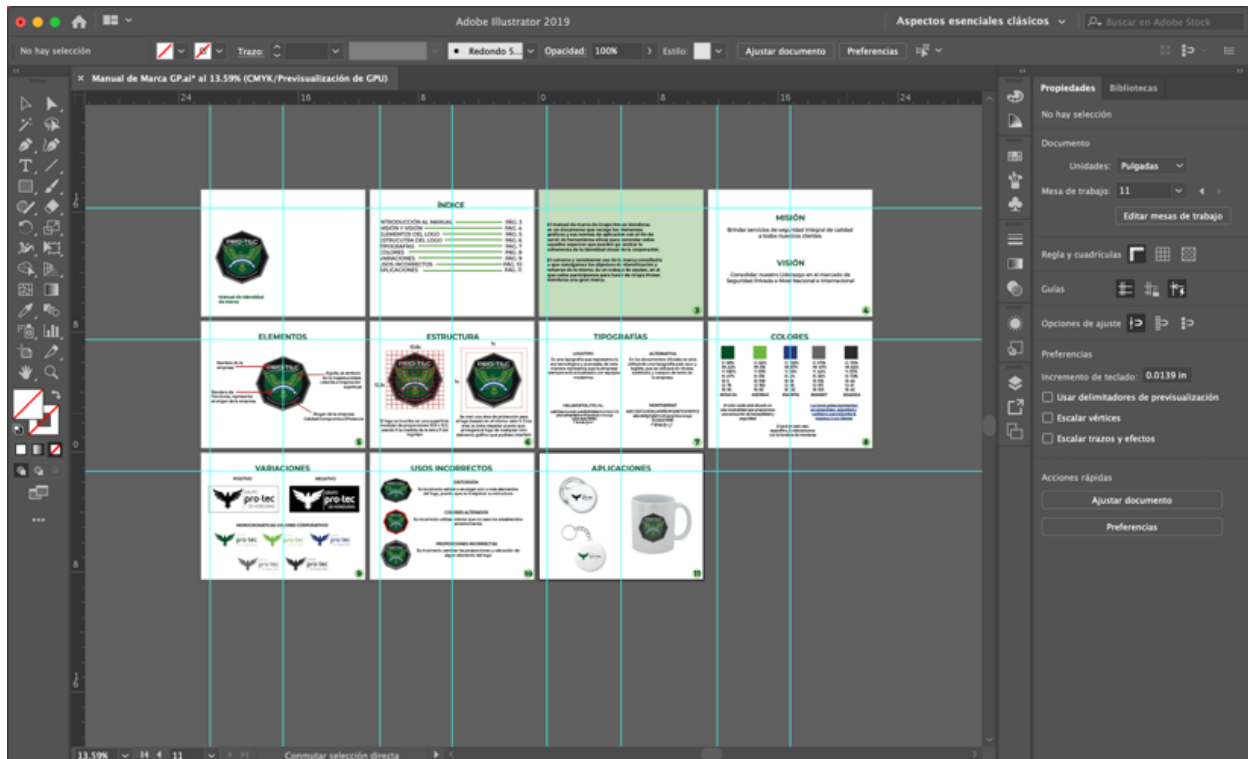
ANEXOS



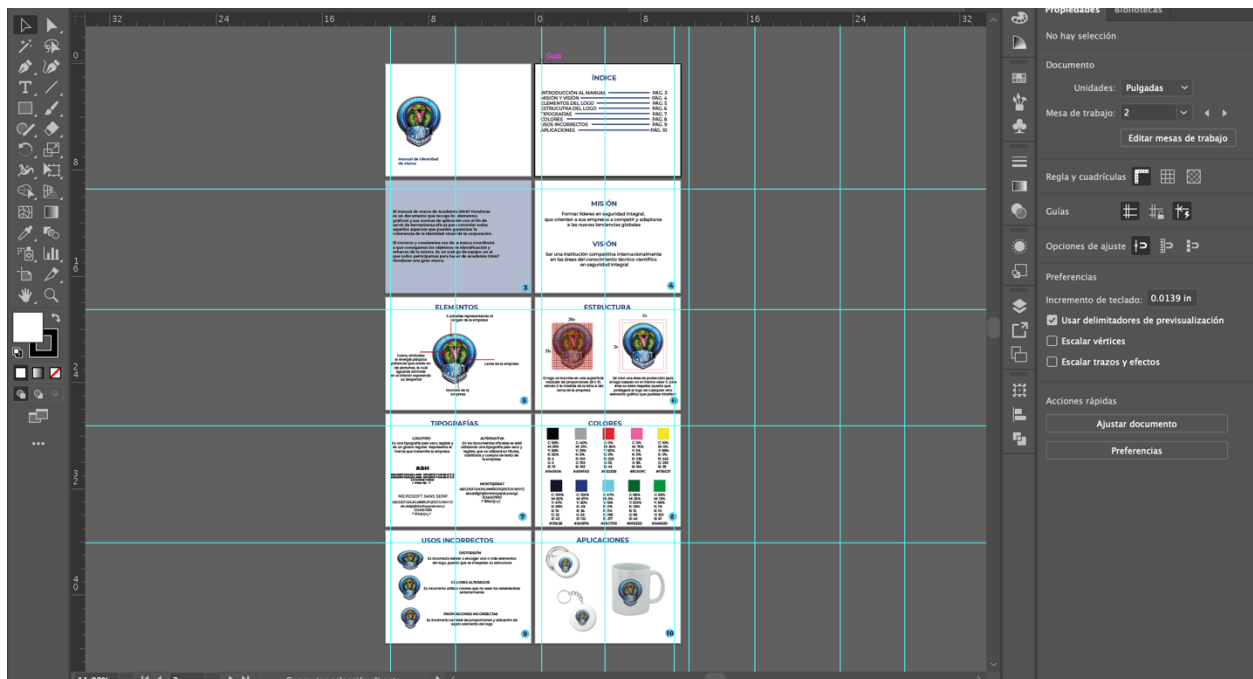
Anexo 1: Diagramación de elementos para el Boletín Informativo



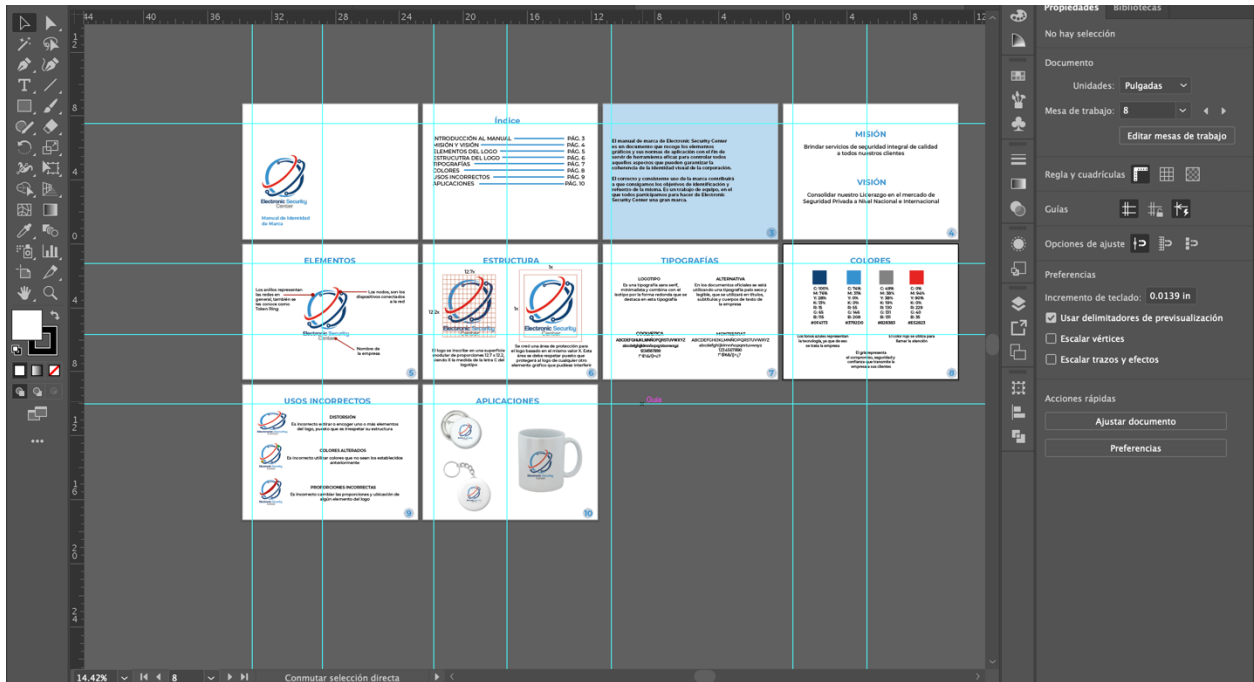
Anexo 2: Plantilla de Boletín Informativo



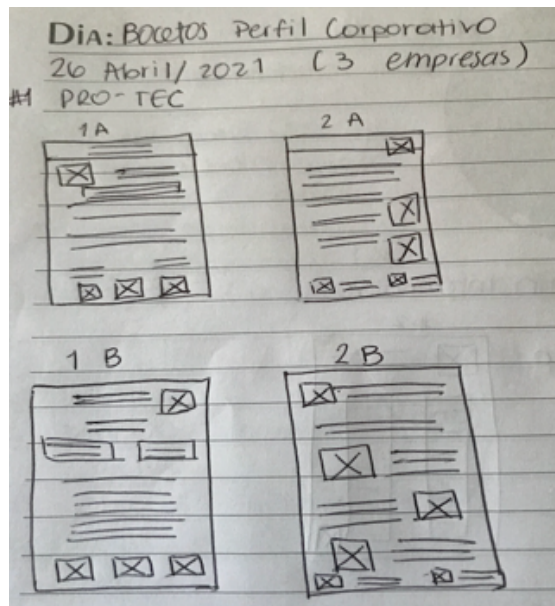
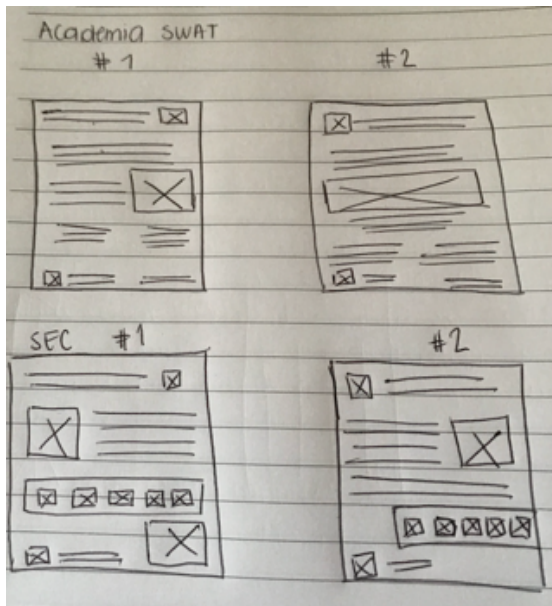
Anexo 3: Creación del Manual de Marca Corporativa PRO-TEC



Anexo 4: Creación del Manual de Marca Corporativa SWAT



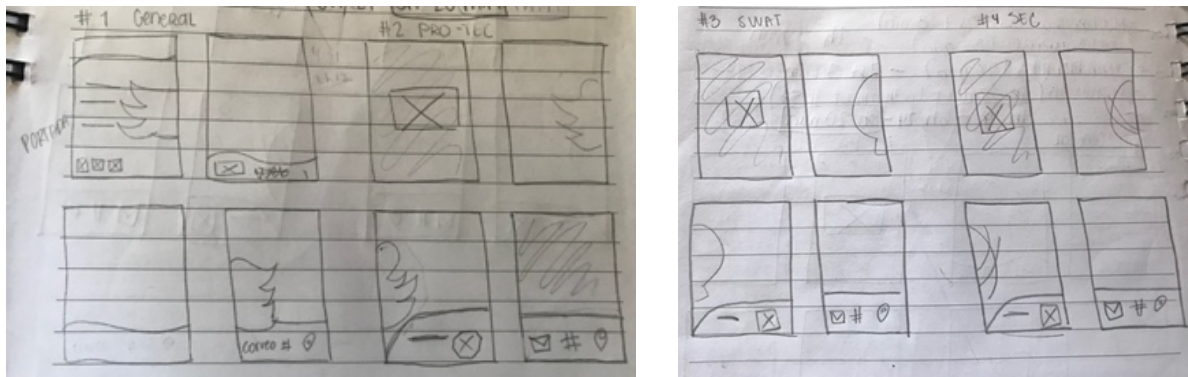
Anexo 5: Creación del Manual de Marca Corporativa SEC



Anexo 6: Bocetos del Perfil Corporativo



Anexo 7: Creación del Perfil Corporativo



Anexo 8: Bocetos de la carpetas



propuesta1.jpg
Ya no hay espacio



propuesta2.jpg



propuesta3@4x-1
00.jpg
Ya no hay espacio

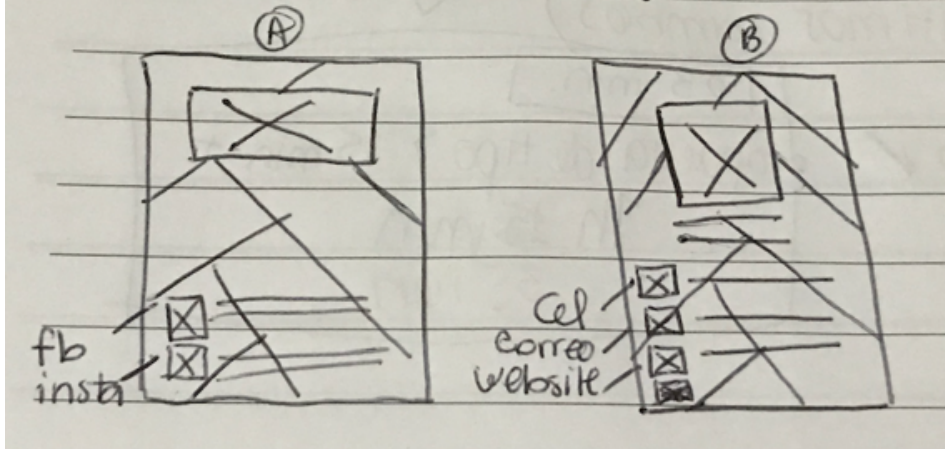


propuesta4.jpg

Anexo 9: Propuestas de carpeta

Día: Viernes 30

Bocetos Tarjetas (Verticales)



Anexo 10: Bocetos tarjetas de presentación




14 DE JULIO
DÍA DE LA HONDUREÑIDAD

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn




9 DE AGOSTO
DÍA INTERNACIONAL DE LOS PUEBLOS
INDÍGENAS Y GARÍFUNAS DE HONDURAS

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn




10 DE SEPTIEMBRE
DÍA DEL NIÑO EN HONDURAS

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn




3 DE OCTUBRE
NACIMIENTO DE FRANCISCO MORAZÁN
DÍA DEL SOLDADO

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn




25 DE NOVIEMBRE
DÍA DE LA FLOR NACIONAL DE HONDURAS
ORQUÍDEA BRASSAVOLA DIGBYANA

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn




25 DE DICIEMBRE
DÍA DE LA NAVIDAD

+504 2564-6030+504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn

Anexo 11: Creación de artes del calendario

Grupo Pro-Tec



Somos un consorcio de tres empresas que se dedican a brindar servicios de seguridad integral a la población Hondureña.

Se divide en tres empresas:





MISIÓN
Brindar servicios de seguridad integral de calidad a todos nuestros clientes

VISIÓN
Consolidar nuestro liderazgo en el mercado de seguridad privada a nivel nacional e internacional



ALIANZA CENTROAMERICANA




Barrio Paz Barahona, 16 Calle, 8 & 9 Avenida

+504 2564-6030/+504 3210-2643

mercadeo@grupoprotec.hn



GRUPO pro-tec DE HONDURAS





Somos una empresa hondureña, con una sólida trayectoria. Brindamos servicios de seguridad integral y con presencia operativa a nivel nacional en los 18 departamentos de Honduras.

Nuestros Servicios:

- Custodios en Cabina
- Custodios en Patrulla
- Seguridad VIP
- Oficiales de Seguridad
- Evaluaciones de Seguridad
- Pruebas Poligráficas

[@protechonduras](#) [@protecsecurity_patrolhn](#)





Somos miembro de OMSWAT, Organización Mundial SWAT

La única academia de capacitación certificada y aprobada por la Secretaría de Seguridad Nacional de Honduras

Modalidades:
Capacitaciones Abiertas y Cerradas
 ~Capacitaciones en Seguridad Privada
 ~Capacitaciones en Desarrollo Humano
 ~Capacitaciones en Temas Específicos

Servicios Adicionales:
 ~Alquiler de Pistas de Polígono para Prácticas de Tiro
 ~Alquiler de Instalaciones para Eventos Especiales
 ~Membresías para uso del polígono: Trimestral, Semestral y Anuales

[@academiaswathn](#) [@academiaswathn](#)





Somos una empresa que provee: soluciones, asesoría, servicio, mantenimiento y también venta en sistemas electrónicos de seguridad, con más de 20 años de experiencia. Nuestra empresa utiliza la mejor tecnología de punta con una atención personalizada que le dará la mejor opción.

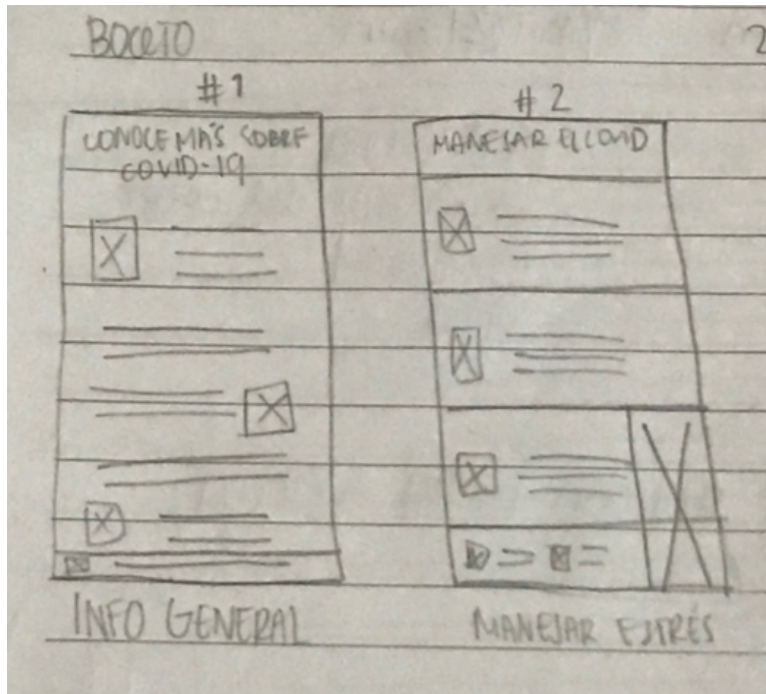
Nuestros Servicios:

- Sistemas de Alarmas
- Cámaras de Vigilancia
- Cercas Eléctricas
- Monitoreo de Alarmas
- GPS Móviles
- GPS Standard
- Mantenimiento

[@secprotechn](#) [@secprotechn](#)




Anexo 12: Creación del Trifolio



Anexo 13: Boceto de Infografías

GRUPO pro-tec DE HONDURAS

IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD INDUSTRIAL

- Lograr un ambiente libre de accidentes
- Asegurar la vida de los colaboradores
- Si ocurriera un accidente, hacer todo lo posible para que no sea fatal, lograr que sea manejable
- Desarrollar medidas de seguridad que superan a aquellas que les establece el Estado

+504 2564-6030 +504 3210-2643 mercadeo@grupoprotec.hn

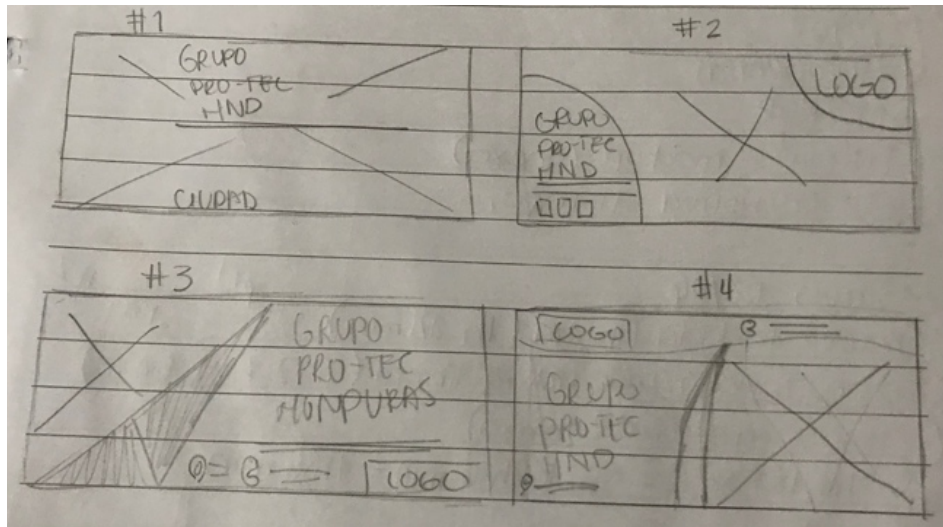
GRUPO pro-tec DE HONDURAS

PROTOCOLO DE INGRESO

- Uso obligatorio de la mascarilla
- Control de temperatura $T > 38\text{ c}$, no podrán ingresar al local
- Desinfección de zapatos
- Desinfección de manos antes de entrar al local
- Distanciamiento físico 1.5 m

LOCAL SEGURO

Anexo 14: Infografías



Anexo 15: Bocetos portadas de Facebook



GRUPO PRO-TEC HONDURAS

SOMOS SEGURIDAD, SOMOS CONFIANZA,
SOMOS PRO-TEC

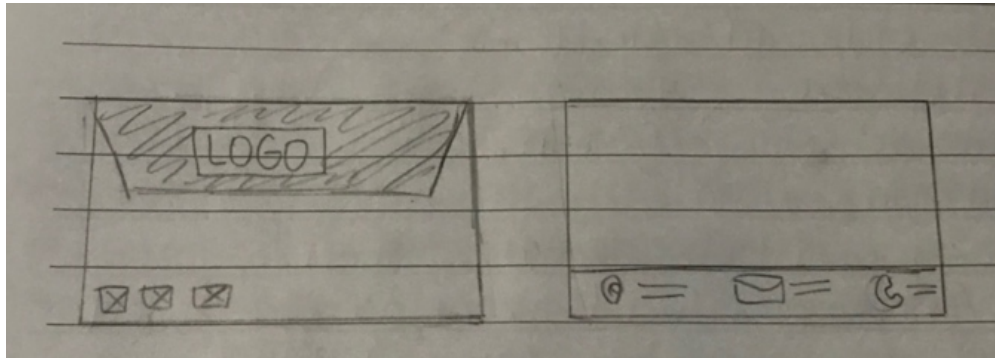


GRUPO PRO-TEC HONDURAS

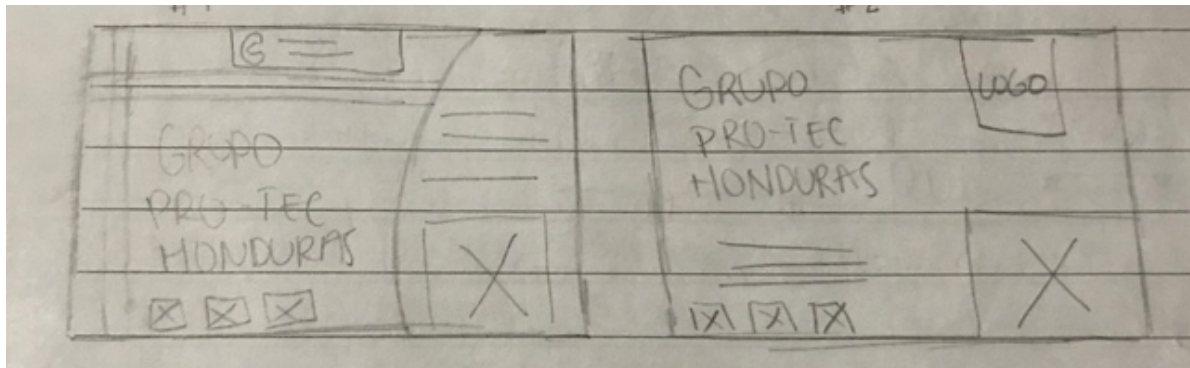
SOMOS SEGURIDAD, SOMOS CONFIANZA,
SOMOS PRO-TEC



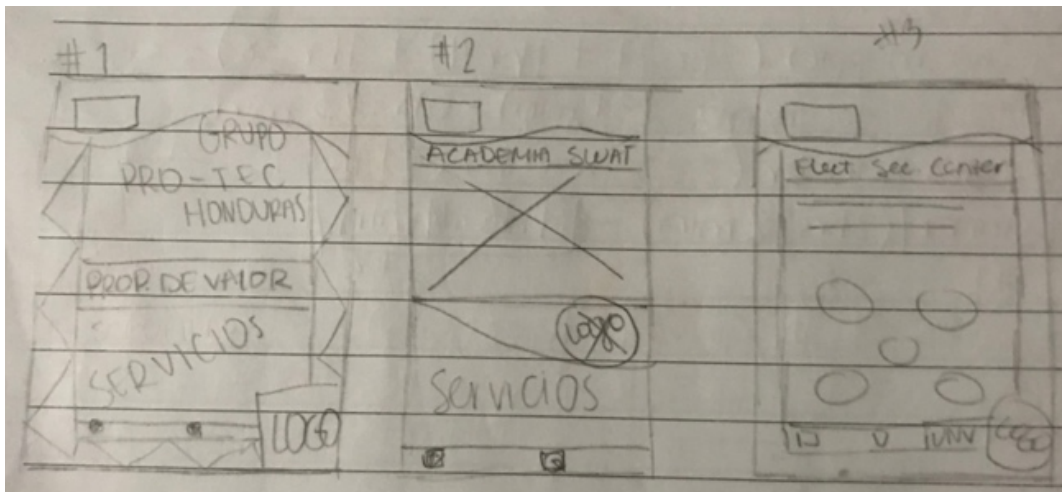
Anexo 16: Propuestas Portada Facebook #2, #3, #4



Anexo 17: Bocetos del diseño de sobre



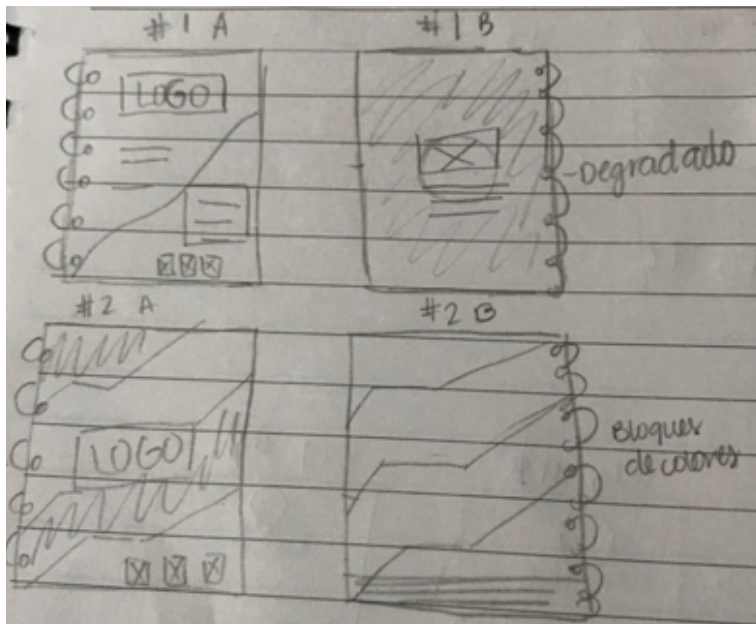
Anexo 18: Bocetos de diseño de banner



Anexo 19: Bocetos de diseño de mupis



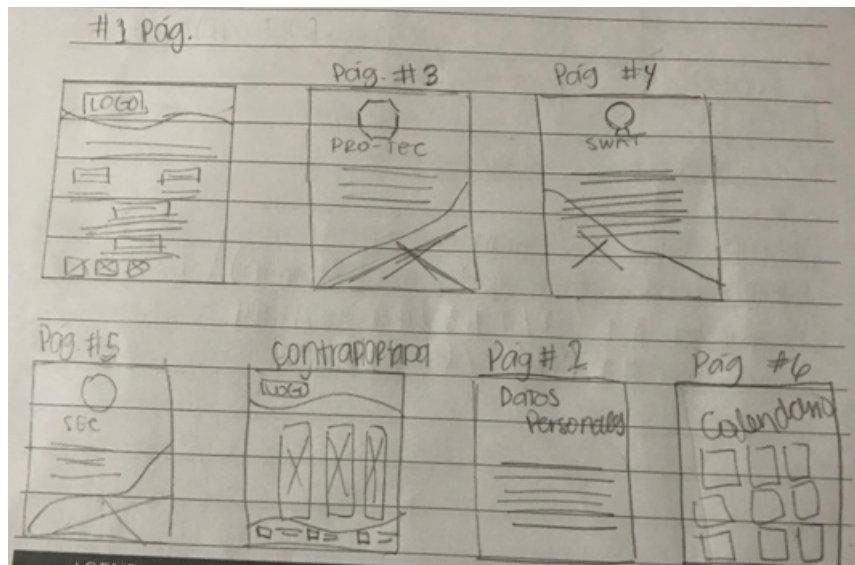
Anexo 20: Propuestas de Diseños de Mupis



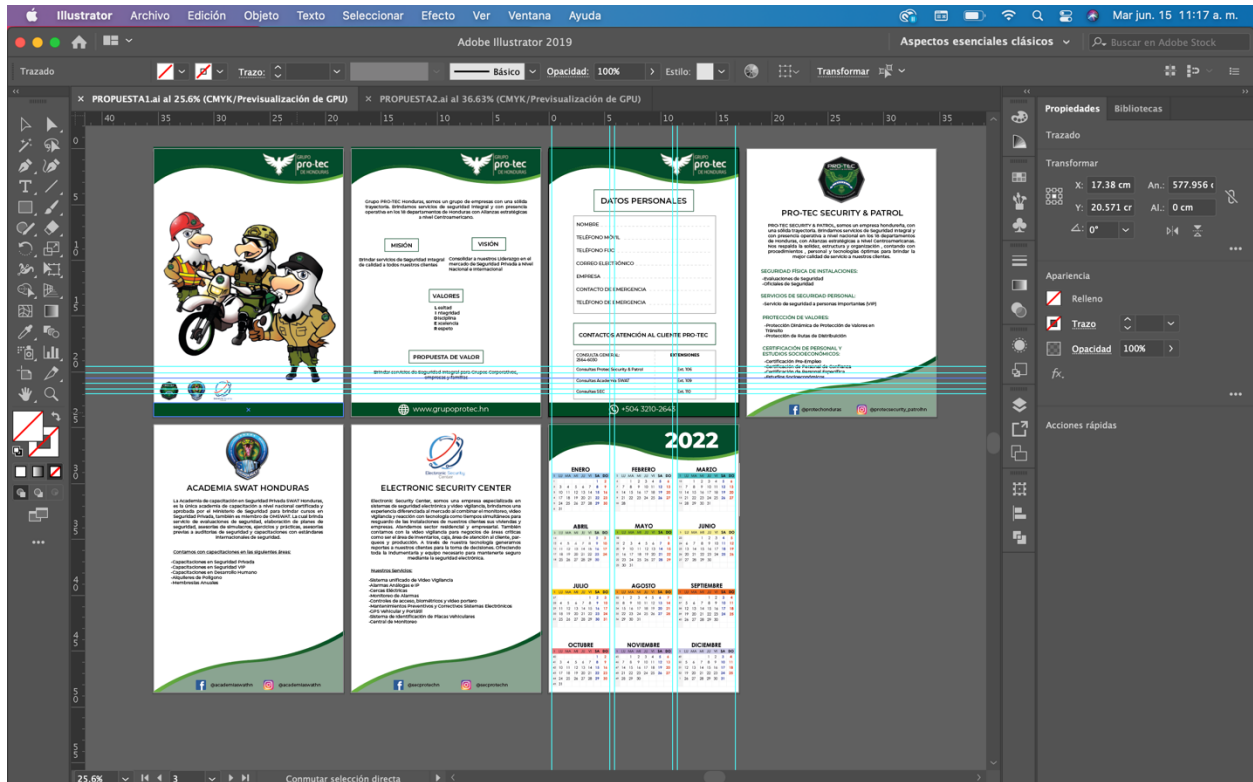
Anexo 21: Bocetos de propuestas de Libreta Corporativa



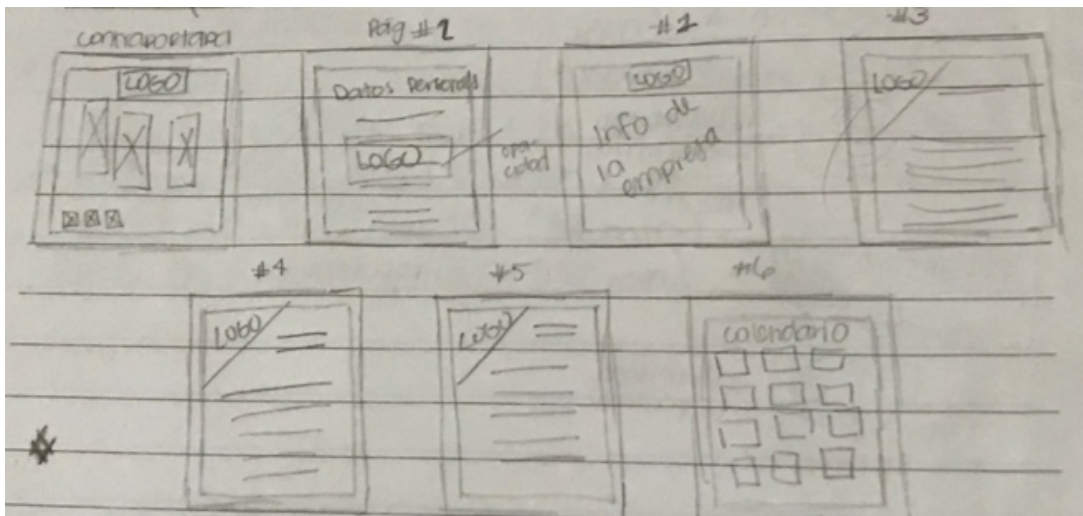
Anexo 22: Propuestas de Libreta Corporativa



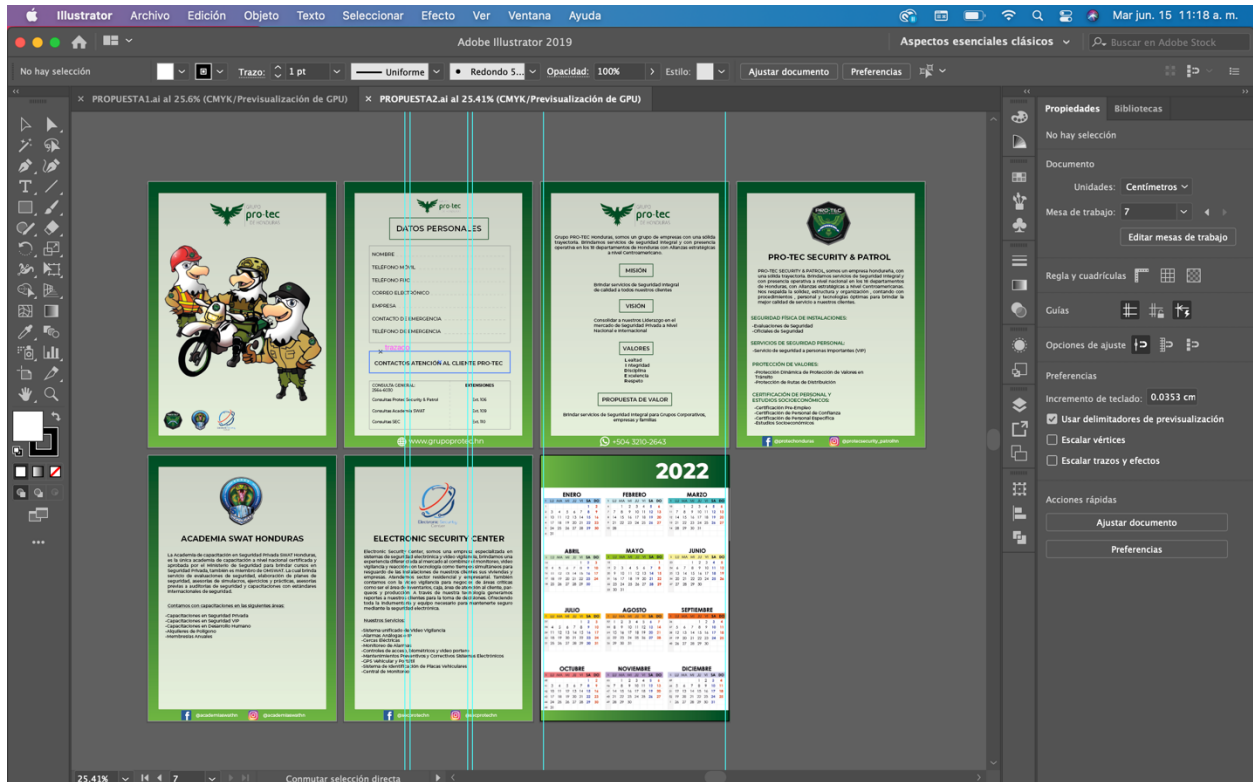
Anexo 23: Bocetos propuesta de hojas #1



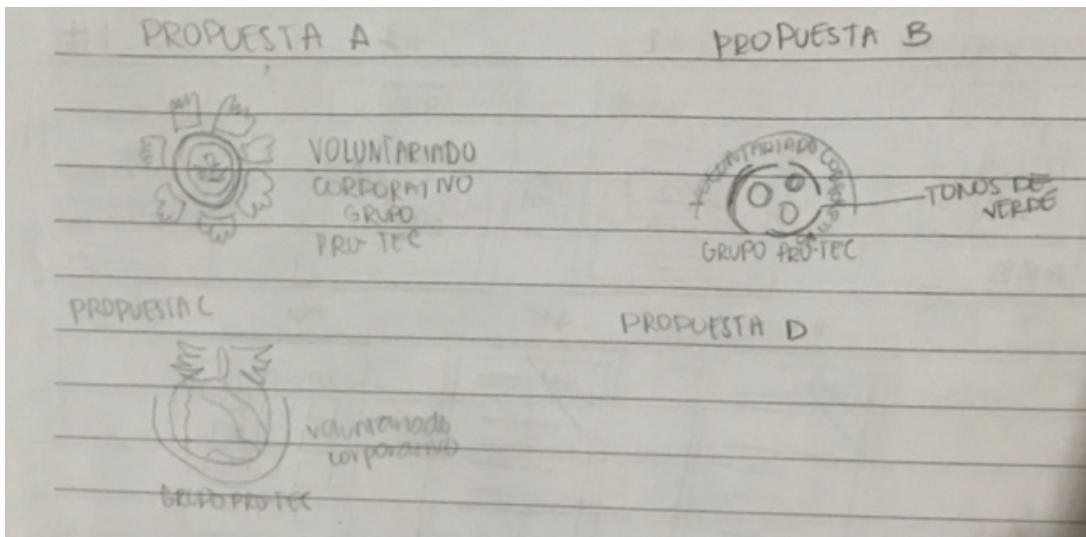
Anexo 24: Propuesta #1 Hojas de Libreta Corporativa



Anexo 25: Bocetos propuesta de hojas #2



Anexo 26: Propuesta #2 Hojas de Libreta Corporativa



Anexo 27: Bocetos de propuestas de Logo Voluntariado



Anexo 28: Propuestas de Logo Voluntariado Corporativo



Anexo 29: Logo Voluntariado Corporativo bordado en gorra

Nombre: Rosa Elena Rivas

**cotización
1 de junio de 2021**

Diseño de Manual o Catálogo RGB

- versión en pdf
- versión en jpeg

precios personalizado en base a cantidad de contenido desde L.50 c/u-
L.100 C/U.

L.500 en adelante

cambios a futuros sobre la misma plantilla L.300 lps c/u
(Depende la complejidad del producto)



tnia_ai



tdesignv@gmail.com

Anexo 30: Cotización Manual de Inducción FreeLancer

Nombre: Rosa Elena Rivas

cotización

1 de junio de 2021

Diseño de línea gráfica para webside o app

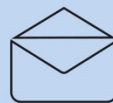
- diseño de botones
 - diseño de iconos
 - layout y ux de paginas (plantillas)
- precio depende de la complejidad
L.4,000 en adelante

Rediseño logotipo

- logo png
 - logo version a color
 - logo version a bw
 - logo tamaño profile picture
- L. 1,500-2,500 (depende la complejidad)



tnia_ai



tdesignv@gmail.com

Anexo 31: Cotización Rediseño de Logos y Rediseño de Sitio Web

Rediseño página web

Primera etapa

- Propuesta de diseño web (home, página interna, contacto) - Tiempo 3 días hábiles

Segunda etapa - Aprobado el diseño

- Desarrollo de páginas restantes, adaptadas a móvil y desktop - Tiempo 1 semana
*Si tiene la información completa del sitio web, ayudaría a agilizar el diseño de la misma.
- Opción a cambios en estructura de las páginas
- Máximo 10 páginas

Precio: Lps 6,500

* Anticipo del 50%. * Precio no incluyen ISV.

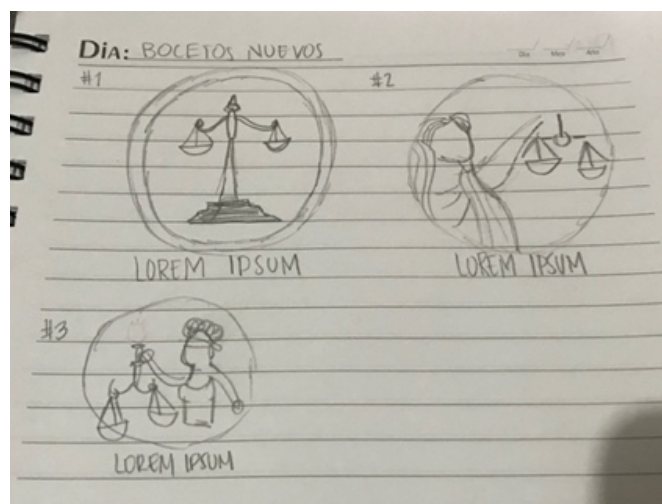
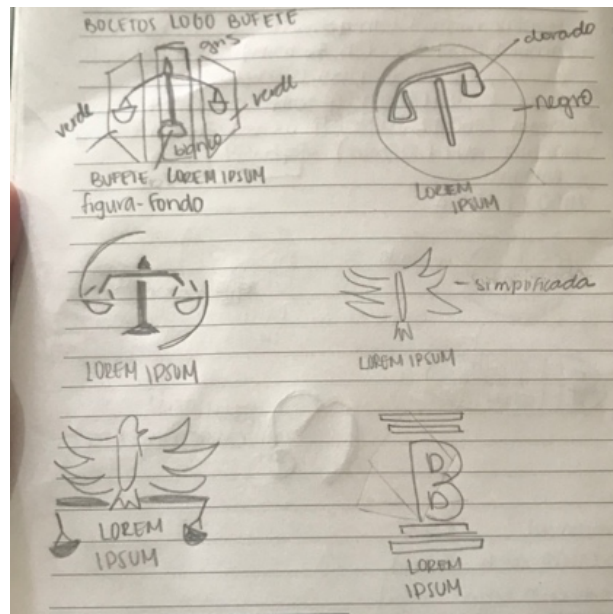
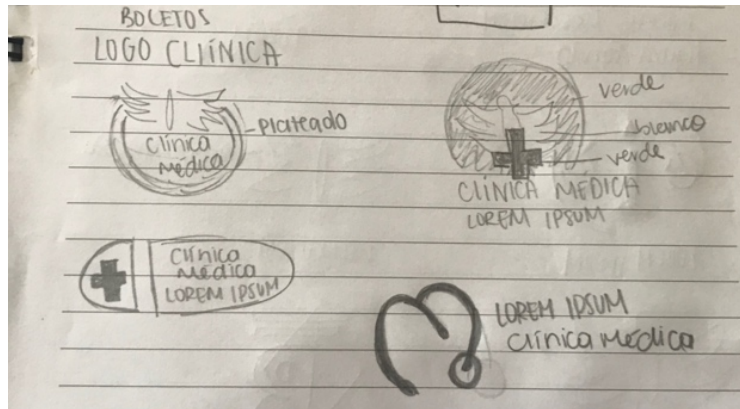


Anexo 33: Cotización en Agencia de Publicidad H&G STUDIO

ACADEMIA SWAT DE HONDURAS



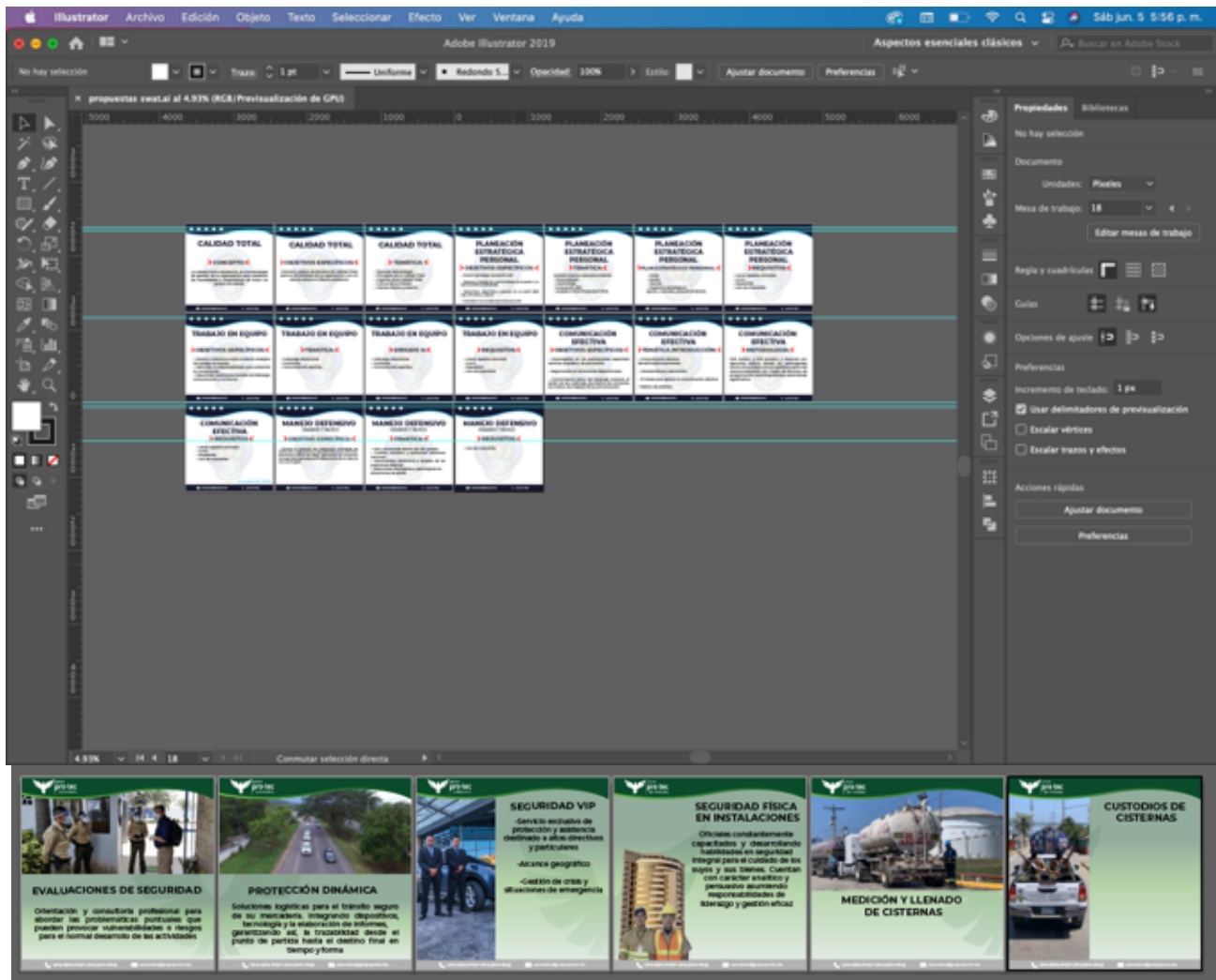
Anexo 34: Plantilla SWAT



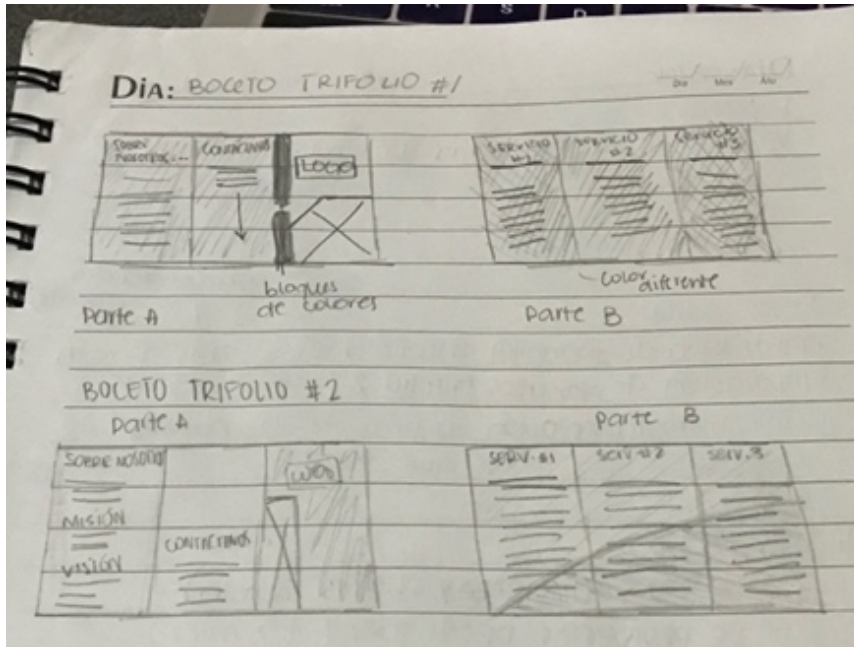
Anexo 35: Bocetos de logos de nuevas empresas



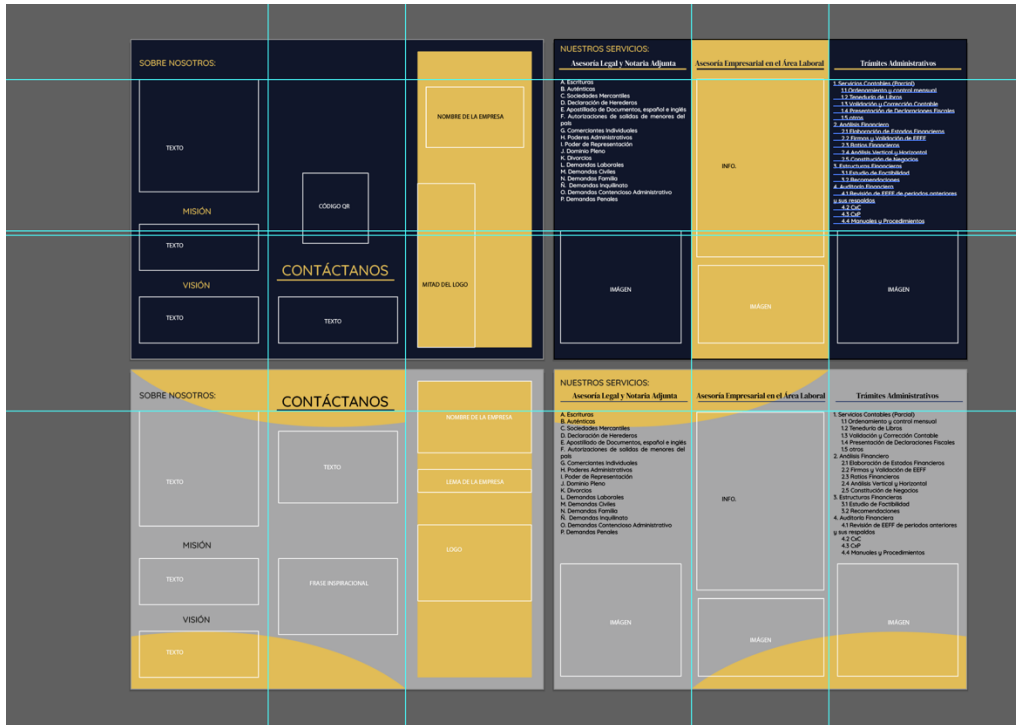
Anexo 36: Contenido de Redes Sociales



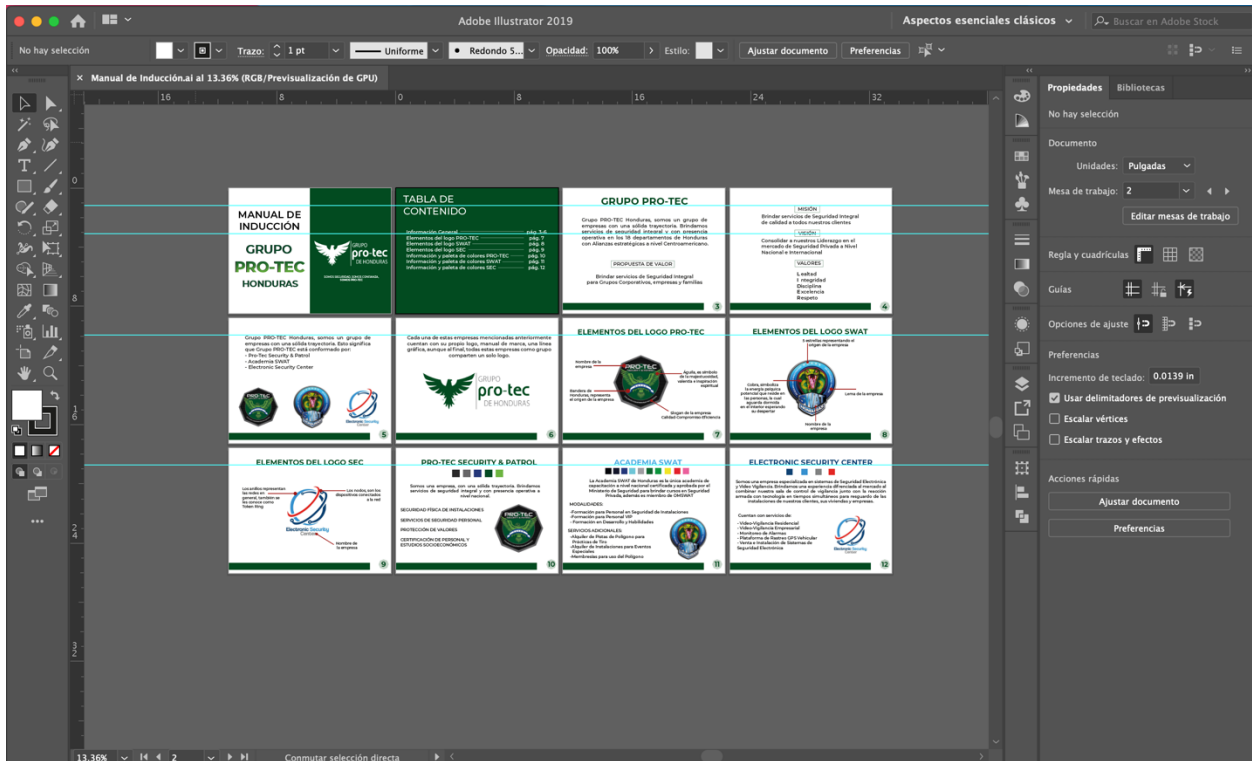
Anexo 37: Propuesta Artes Informativos



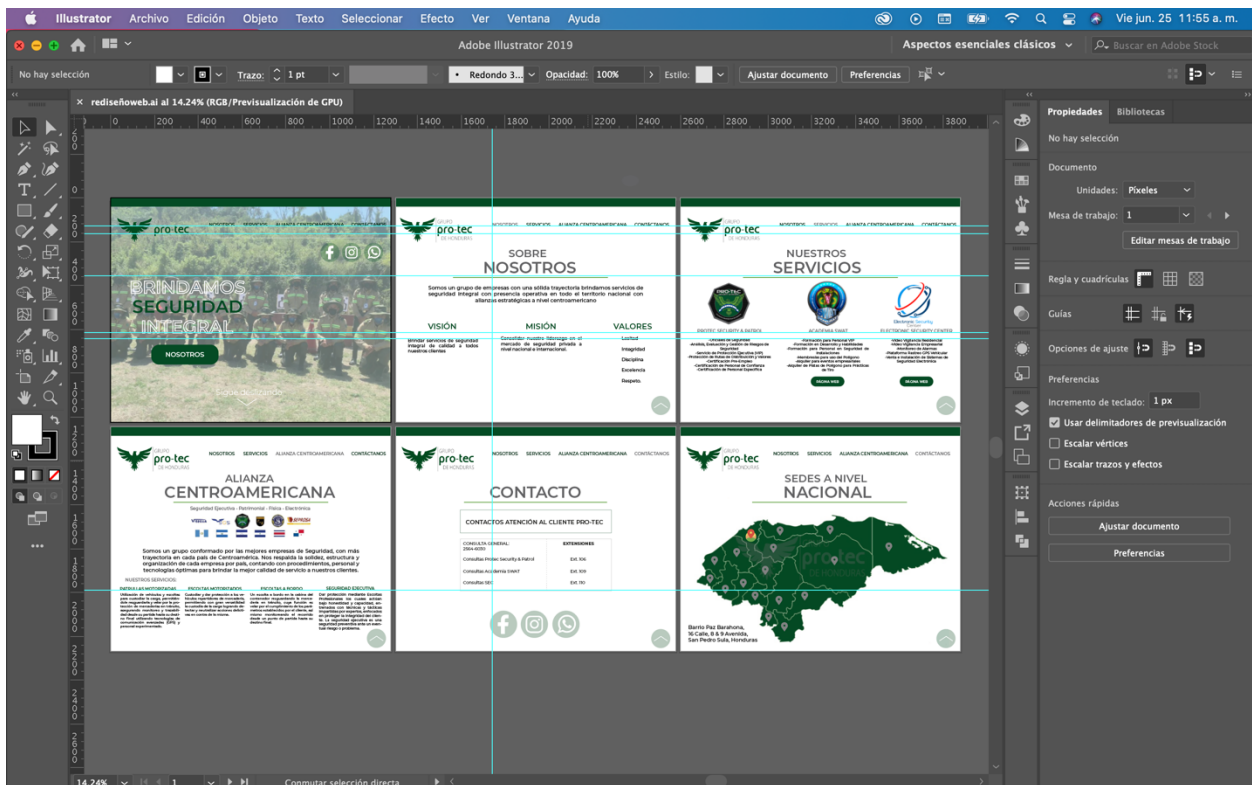
Anexo 38: Boceto de trifold del bufete



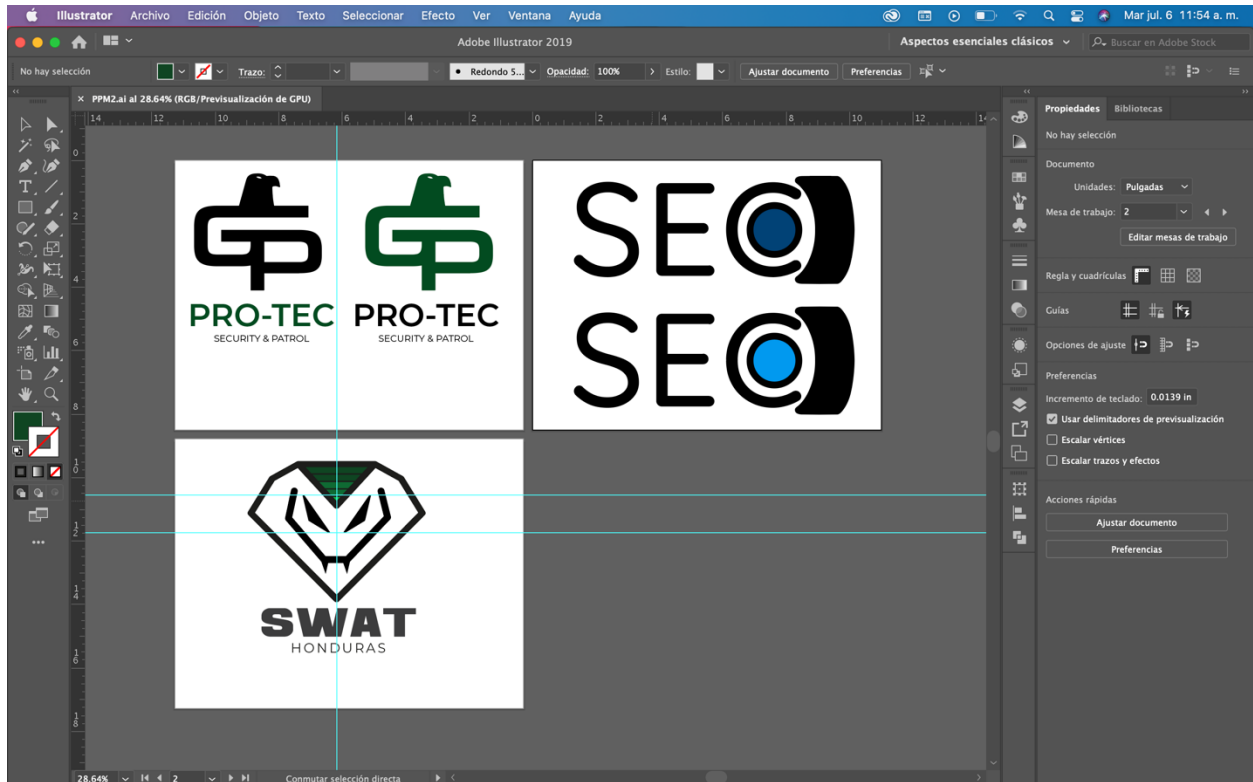
Anexo 39: Instrucciones para el uso de plantillas del trifold



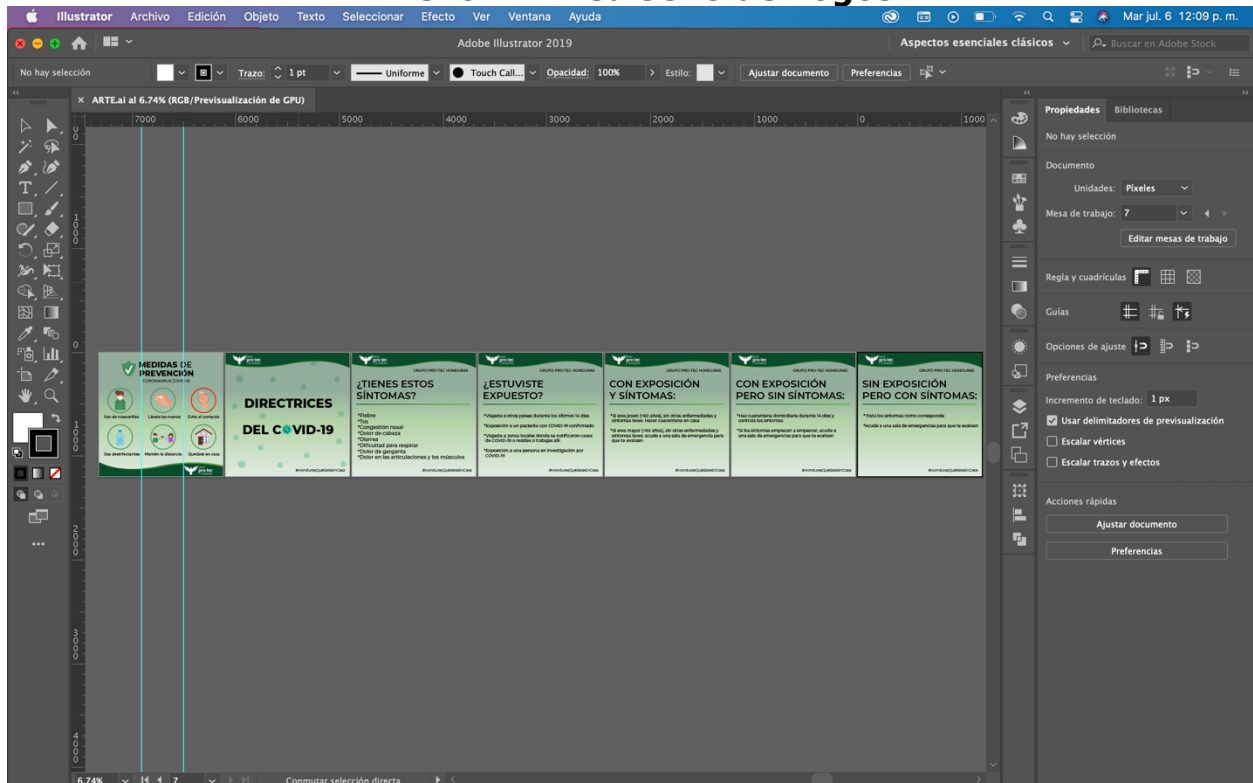
Anexo 40: Manual de Inducción



Anexo 41: Rediseño Sitio Web



Anexo 42: Rediseño de Logos



Anexo 43: Artes de COVID-19

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #1	Total de horas: 44 horas y 38 min

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
20/Abril	Presentación de personal	8 horas	Esta tarea implicó ir a la empresa a recibir una pequeña reunión para conocer al personal y en qué consistía el puesto
21/Abril	Tarea 1.1 Manual de Marca	8 horas	Esta tarea implicó la investigación de la tipografía utilizada en el logo y la información de la empresa
	Tarea 1.2 Instalación de programas	5 horas	Se instalaron los programas debidos
22/Abril	Tarea 1.1 Manual de Marca	8 horas	Se realizó el diseño del manual junto con la introducción
23/Abril	Tarea 1.1 Boletín Informativo	4 horas 22min	Esta tarea implicó la elaboración de una plantilla y realizar ciertas modificaciones y entregarlos en diferentes formatos
	Tarea 1.2 Bocetos y cambios del boletín	3 horas 16 min	
	Tarea 1.3 Manual de Marca	8 horas	
24/Abril	Tarea 1.1 Manual de Marca	8 horas	Continuación del Manual, y todos sus elementos
			Definir los últimos detalles

Evidencia Tarea 1.1

TABAS	RESPONSABLE	INICIO	FINALIZACIÓN	DÍAS	ESTADO
Creación de Manual de Identidad de Marca	Rosa Rosa	21-Apr	24-Apr	4	Completo

Elena Rivas -rosa.rivas0510@gmail.com- para mercadeo

📧 sáb, 24 abr 18:45 (hace 4 días) ☆ ↻ ⋮



🔙 Responder 🔜 Reenviar

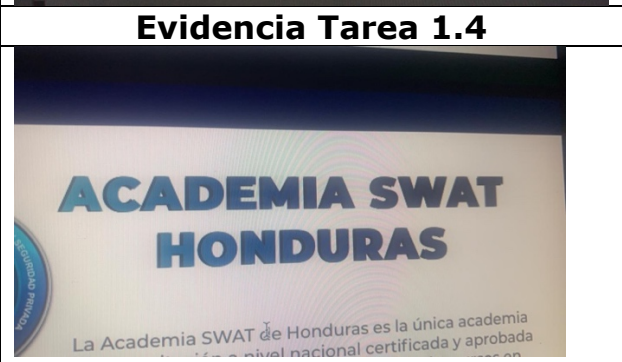
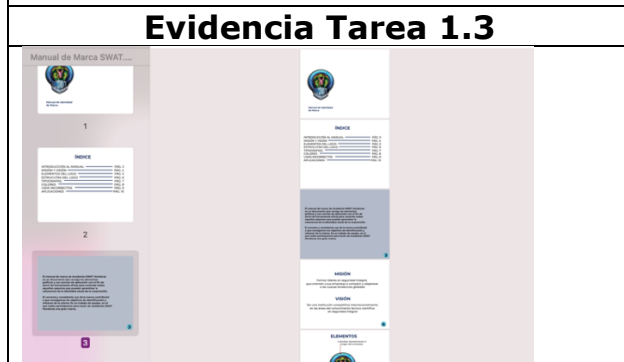
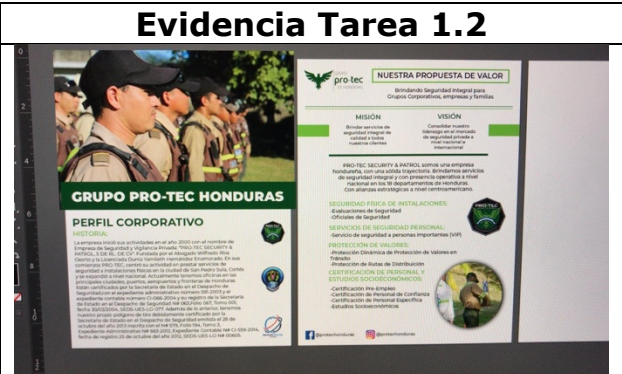
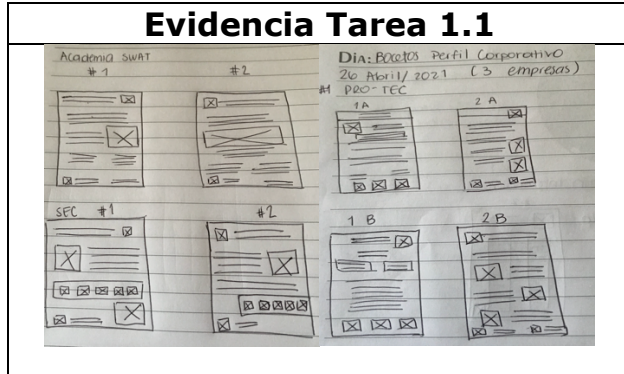
Evidencia Tarea 1.2




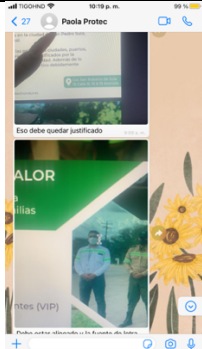
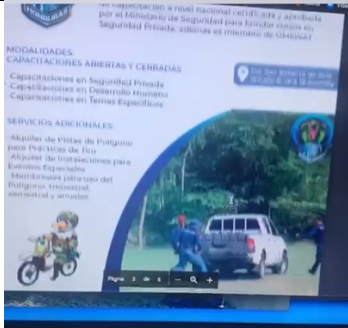
- ☆ Para: mercadeo Formatos de Boletín - Boletín Info es el diseño original y el Boletín... 23 abr
- ☆ Para: mercadeo BoletínInfo2 23 abr
- ☆ Para: mercadeo Boletín Informativo - Cualquier cambio que necesite quedo pendi... 23 abr

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #2	Total de horas: 52 horas 51 min

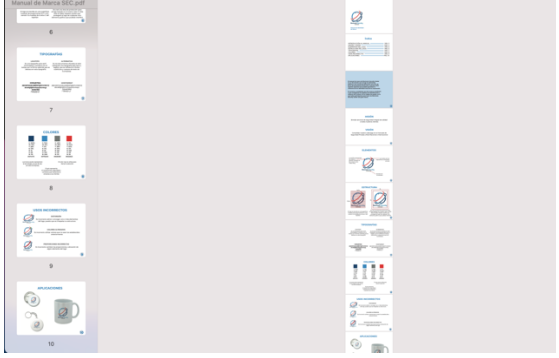
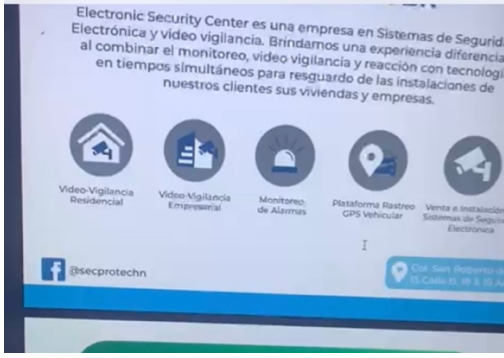
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
26/Abril	Tarea 1.1 Bocetos	26 min	Se realizaron bocetos para los perfiles corporativos
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo Pro-Tec	4 horas 55min	Se diagramó y se colocó parte de la información
	Tarea 1.3 Manual de Marca SWAT	3 horas 5 min	Se elaboró el manual de marca de una de las empresas de Grupo Pro-Tec
	Tarea 1.4 Perfil Corporativo SWAT	32 min	Se comenzó la elaboración del perfil corporativo de SWAT




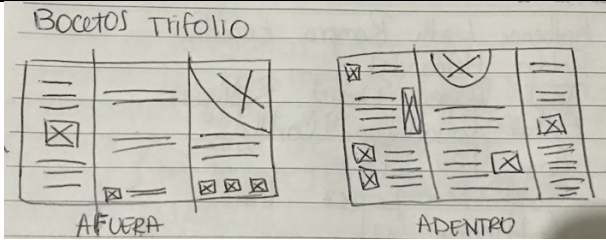
27/Abril	Tarea 1.1 Toma de fotografías	3 horas	Se hizo una pequeña sesión de fotos para las tarjetas de presentación de la empresa
	Tarea 1.2 Perfil Corp. Pro-Tec	1 hora 46 min	Se realizaron los cambios sugeridos por parte del asesor
	Tarea 1.3 Perfil Corporativo SWAT	3 horas 17 min	Se terminó la elaboración del segundo perfil corporativo
	Tarea 1.4 Manual de Marca SEC	30 min	Se comenzó a elaborar el manual de marca de la 3 empresa

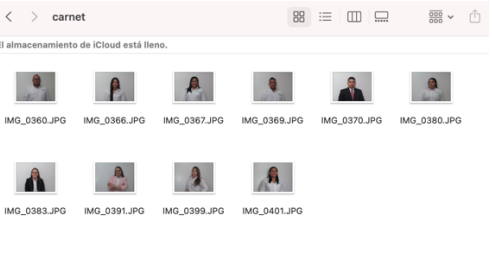
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

28/Abril	Tarea 1.1 Manual de Marca SEC	4 horas 12min	Esta tarea implicó la elaboración del 3 y último manual de marca
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo SEC	4 horas 20 min	Se elaboró el último perfil corporativo

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

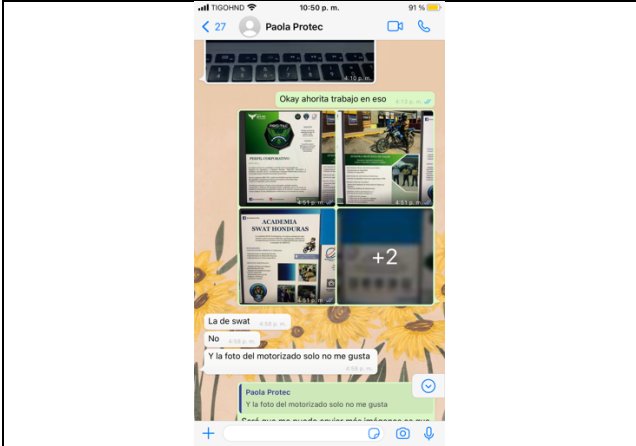
<p>29/Abril</p>	<p>Tarea 1.1 Perfil Corporativo</p>	<p>2 horas 30 min</p>	<p>Se realizaron adiciones de ciertos elementos y mejoras en el diseño</p>
	<p>Tarea 1.2 Boceto Trifolio</p>	<p>31 min</p>	<p>Se elaboró el boceto del trifolio informativo</p>
	<p>Tarea 1.3 Trifolio</p>	<p>3 horas 19 min</p>	<p>Se realizó la estructura y la información del trifolio informativo</p>
	<p>Tarea 1.4 Papel Membretado</p>	<p>1 hora 34 min</p>	<p>Se elaboró el papel membretado oficial de la empresa</p>
	<p>Tarea 1.5 Fotografías</p>	<p>42 min</p>	<p>Se seleccionó el material a utilizar en las tarjetas de presentación</p>

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

<p style="text-align: center;">Evidencia Tarea 1.3</p> 	<p style="text-align: center;">Evidencia Tarea 1.4</p> 
<p style="text-align: center;">Evidencia Tarea 1.5</p> 	

<p style="text-align: center;">30/Abril</p>	<p>Tarea 1.1 Perfil Corporativo</p>	<p>1 hora 57min</p>	<p>Se realizaron los cambios sugeridos por el asesor</p>
	<p>Tarea 1.2 Trifolio</p>	<p>1 hora 54 min</p>	<p>Se terminó de elaborar el trifolio</p>
	<p>Tarea 1.3 Fotografías</p>	<p>1 hora 20 min</p>	<p>Se editó las fotografías que se utilizarían en las tarjetas de presentación</p>
	<p>Tarea 1.4 Papel Membretado</p>	<p>35 min</p>	<p>Se realizaron los cambios necesarios en el papel membretado</p>
	<p>Tarea 1.5 Boceto tarjetas de presentación</p>	<p>20 min</p>	<p>Se realizó el boceto de las tarjetas de presentación</p>
	<p>Tarea 1.6 Tarjetas de presentación</p>	<p>2 horas 53 min</p>	<p>Se elaboró el diseño digital de las tarjetas de presentación</p>

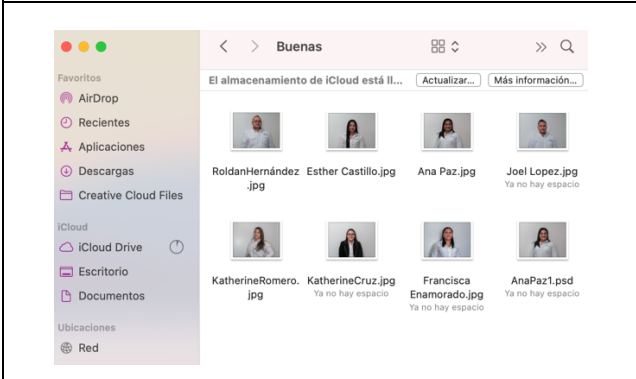
Evidencia Tarea 1.1



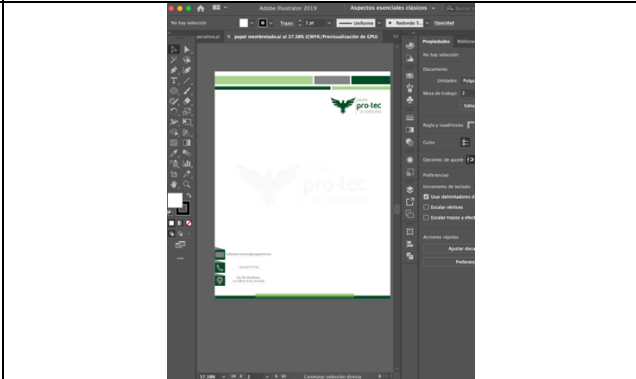
Evidencia Tarea 1.2



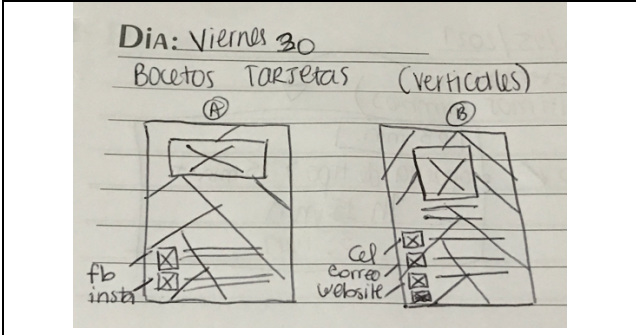
Evidencia Tarea 1.3



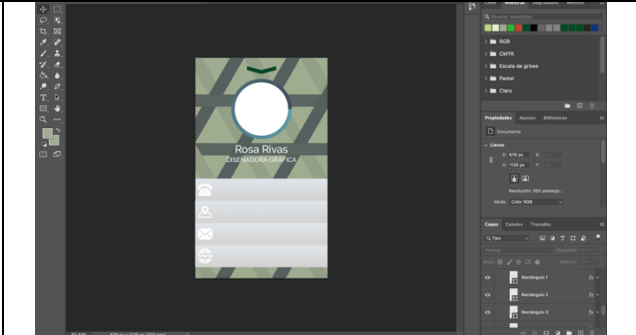
Evidencia Tarea 1.4




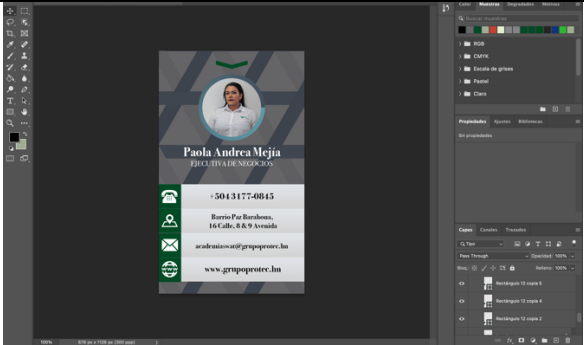

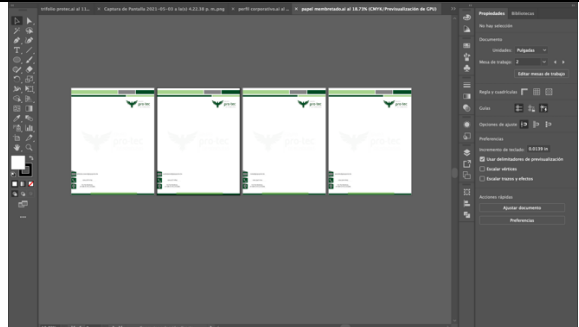
Evidencia Tarea 1.5





Evidencia Tarea 1.6



01/Mayo	Tarea 1.1 Perfil Corporativo	2 horas 37 min	Se realizaron modificaciones en el diseño y en la información
	Tarea 1.2 Tarjetas de presentación	2 horas 49 min	Se desarrolló los últimos cambios de color e información
	Tarea 1.3 Trifolio	2 horas	Se realizó los cambios de imágenes y estructura del trifolio
	Tarea 1.4 Papel Membretado	20 min	Se desarrolló la personalización del papel membretado para cada área

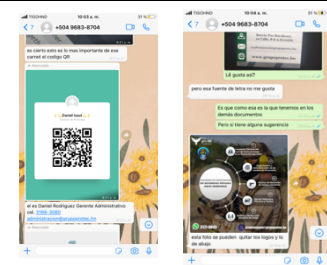
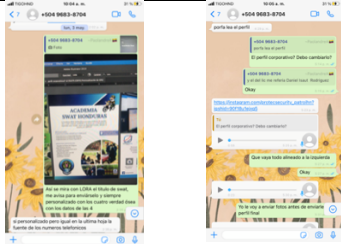
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

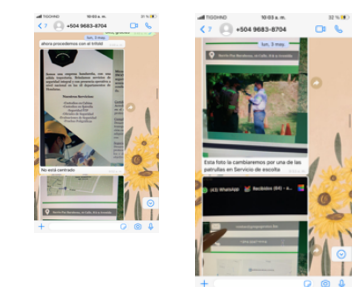
02/Mayo	Tarea 1.1 Trifolio	20 min	Cambios en trifolio de la estructura de información
	Tarea 1.2 Tarjetas de presentación	2 horas 7 min	Se elaboró cambios y personalización de las tarjetas de presentación

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

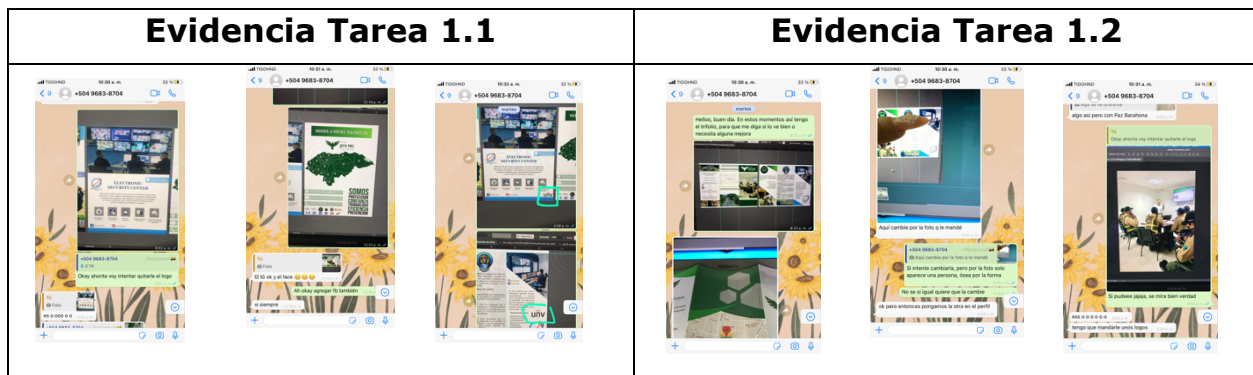
Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #3	Total de horas: 41 horas 32 min

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
03/Mayo	Tarea 1.1 Tarjetas de Presentación	3 horas 33 min	Se realizaron nuevas propuestas de tipografía y adición de los códigos QR
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo	1 hora	Se hicieron los cambios requeridos por la asesora
	Tarea 1.3 Trifolio	1 hora 38 min	Se hicieron nuevos cambios

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

Evidencia Tarea 1.3


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
04/Mayo	Tarea 1.1 Perfil Corporativo	2 horas 20 min	Se realizaron cambios de imágenes y edición de info.
	Tarea 1.2 Trifolio	3 horas 15 min	Se cambiaron ciertas imágenes, adición de logos e información
	Tarea 1.3 Tarjetas de Presentación	30 min	Se hicieron correcciones de nombres, fotos y usuario de insta
	Tarea 1.4 Información	1 hora 22 min	Se investigó la información y secciones para artes de whatsapp



Evidencia Tarea 1.3



**GRUPO
pro-tec
DE HONDURAS**



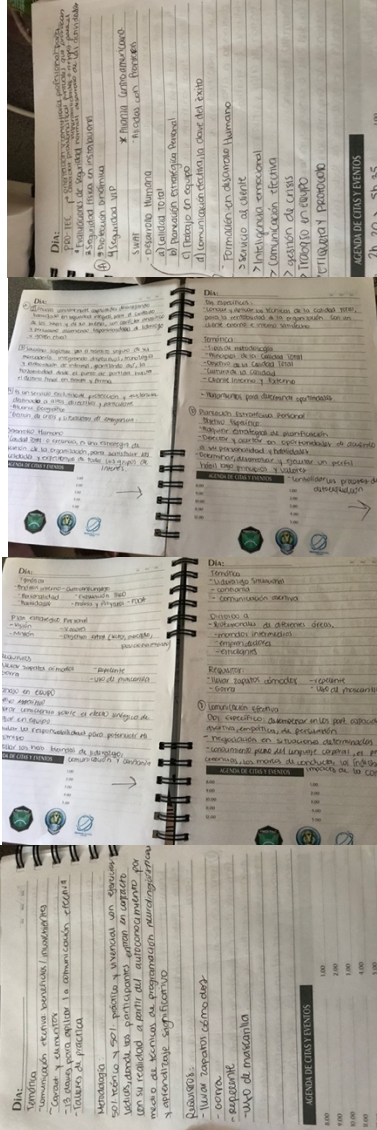
 @protecesecurity_patrollm
 @protechonduras



Katherine Cruz
GERENTE DE MERCADERO

 +504 3210-2643
 Barrio Paz Barahona,
16 Calle, 8 & 9 Avenida
 mercadeo@grupoprotec.hn
 www.grupoprotec.hn

Evidencia Tarea 1.4

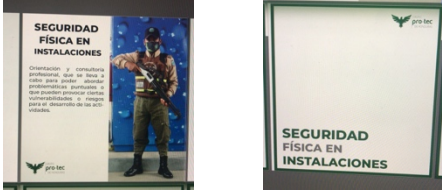
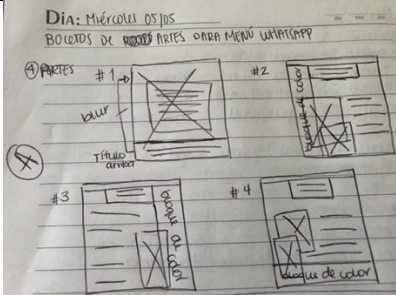



The image shows several pages of handwritten notes on a spiral notebook. The notes are organized into sections with headings and bullet points. Some of the visible text includes:

- Diagnóstico:**
 - Identificar los puntos débiles de la organización.
 - Identificar los puntos fuertes de la organización.
 - Identificar los recursos de la organización.
 - Identificar los riesgos de la organización.
- Objetivos:**
 - Formular objetivos estratégicos.
 - Formular objetivos operativos.
 - Formular objetivos tácticos.
 - Formular objetivos financieros.
 - Formular objetivos de recursos humanos.
 - Formular objetivos de marketing.
 - Formular objetivos de investigación y desarrollo.
 - Formular objetivos de servicios al cliente.
 - Formular objetivos de sostenibilidad.
- Plan de acción:**
 - Identificar las acciones a realizar.
 - Identificar los responsables de las acciones.
 - Identificar los recursos necesarios para las acciones.
 - Identificar los riesgos de las acciones.
 - Identificar los indicadores de seguimiento de las acciones.
- Conclusiones:**
 - El plan de acción es el instrumento que permite alcanzar los objetivos de la organización.
 - El plan de acción debe ser flexible y adaptable a los cambios de la organización.
 - El plan de acción debe ser claro y conciso.
 - El plan de acción debe ser realista y alcanzable.
 - El plan de acción debe ser medible y evaluable.
 - El plan de acción debe ser responsable y sostenible.

The notes also include a table with the heading "AGENDA DE CRISIS FINANCIOS" and a list of items with corresponding values.

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
05/Mayo	Tarea 1.1 Plantillas	4 horas 37 min	Se realizaron plantillas para los servicios de PRO-TEC
	Tarea 1.2 Información	1 hora 23 min	Se realizó la digitalización y edición de la información
	Tarea 1.3 Bocetos	30 min	Se buscaron ideas y se realizaron los bocetos de artes para whatsapp
	Tarea 1.4 Propuestas	3 horas 27 min	Propuestas para los artes de whatsapp

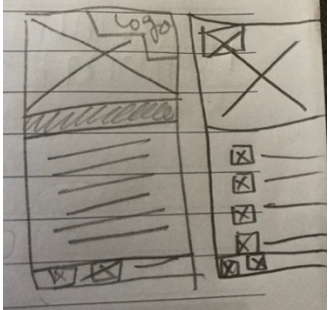


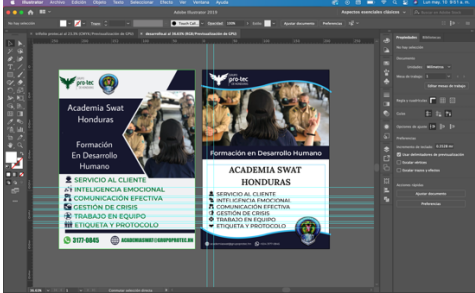
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	<p>Oficiales constantemente capacitados, desarrollando habilidades en seguridad integral para el cuidado de los sujetos y sus bienes. Estos cuentan con un carácter analítico y de persuasión, que les permite asumir todas las responsabilidades de liderazgo y gestión eficaz.</p> <p>Es la orientación y consultoría profesional, que se lleva a cabo para abordar algunas problemáticas puntuales o que pueden provocar ciertas vulnerabilidades o riesgos para el desarrollo de actividades.</p> <p>Soluciones logísticas para el tránsito seguro de su mercadería, integrando: dispositivos, tecnología y la elaboración de informes. Garantizando de esta manera la trazabilidad desde el punto de partida hasta el destino final en tiempo y forma.</p> <p>Es un servicio exclusivo de protección y asistencia que está destinado a altos directivos y a particulares. Cuenta con un alcance geográfico y con gestión de crisis y situaciones de emergencia.</p> <p>SEGURIDAD VIP EVALUACIONES DE SEGURIDAD PROTECCIÓN DINÁMICA SEGURIDAD EN INSTALACIONES FÍSICAS</p>
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
06/Mayo	Tarea 1.1 Propuestas	4 horas 48 min 1 hora 38 min	Se realizaron nuevas propuestas



Evidencia Tarea 1.4



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
07/Mayo	Tarea 1.1 Bocetos	45 min	Se elaboró bocetos y se buscó ideas para realizar el desarrollo
	Tarea 1.2 Reunión	10 min	Reunión por llamada de whatsapp con la supervisora
	Tarea 1.3 Trifolio	2 horas	Elaboración de nueva plantilla para el trifolio
	Tarea 1.4 Desarrollo	3 horas 38 min	Se realizó el arte para el desarrollo de SWAT



Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
08/Mayo	<p>Tarea 1.1 Reunión</p> <p>Tarea 1.2 Perfil Corporativo</p>	<p>3 horas</p> <p>1 hora 58 min</p>	<p>Se realizó una reunión para aclarar dudas y explicación de ciertas tareas</p> <p>Se trabajaron los últimos detalles del perfil de las 3 empresas</p>

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #4	Total de horas: 40 horas 57 min

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
10/Mayo	Tarea 1.1 Trifolio	3 horas 15 min + 1 hora 35 min	Se elaboró el trifolio desde cero, escogiendo nueva estructura.
	Tarea 1.2 Artes Pro-Tec	2 horas 36 min	Se trabajaron los últimos detalles del perfil de las 3 empresas Se escogió las imágenes, filtro y texto
	Tarea 1.3 Desarrollo SWAT	32 min	Se realizó algunas modificaciones en el desarrollo

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

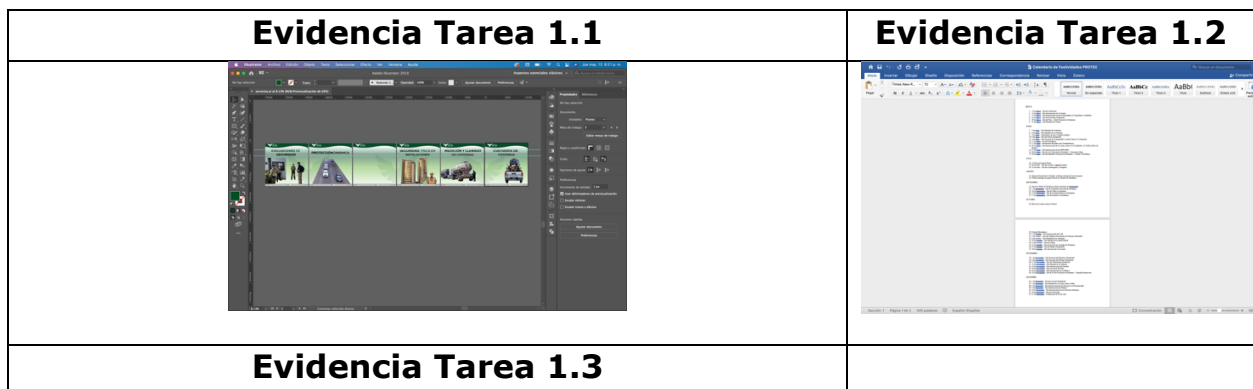
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
11/Mayo	Tarea 1.1 Artes Pro-Tec	3 horas 35 min	Se elaboró nuevas propuestas para los artes
	Tarea 1.2 Trifolio	1 hora 50 min	Se trabajaron algunas mejoras en el trifolio, como el color e información
	Tarea 1.3 Imagen Alianza	2 horas 30 min	Se buscaron los logos y banderas de la alianza y se convirtieron en png para añadirlos al trifolio

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
12/Mayo	Tarea 1.1 Artes Pro-Tec	7 horas 35 min	Se recibió la retroalimentación de los artes anteriores, se eligieron nuevas fotos y se arreglaron quitándoles el fondo, se realizaron 3/6 artes.



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
13/Mayo	Tarea 1.1 Artes Pro-Tec	2 horas 59 min + 2 horas 23 min	Se arregló la segunda parte de las imágenes, solo quedó faltando un arte porque no enviaron la imagen.
	Tarea 1.2 Calendario	1 hora	Se organizó el calendario y fechas importantes para el resto del año para crear los artes.
	Tarea 1.3 Calendario	1 hora	Se creó moodboards de los artes de mayo-junio-julio.





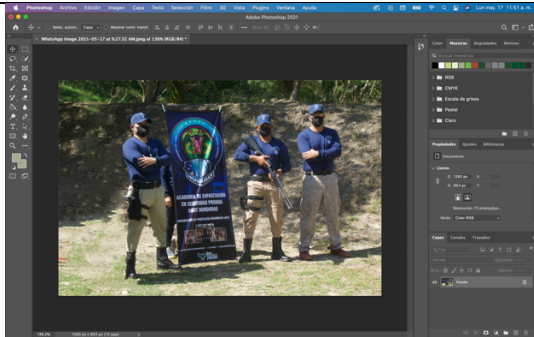
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
13/Mayo	<p>Tarea 1.1 Propuesta Artes de Mayo</p> <p>Tarea 1.2 Propuestas Artes de Junio</p>	<p>3 horas 16 min</p> <p>4 horas 51 min</p>	<p>Se elaboró las propuestas de los artes del mes de mayo</p> <p>Se elaboró las propuestas de los artes del mes de junio</p>

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #5	Total de horas: 38 horas 21 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
17/Mayo	Tarea 1.1 Trifolio	1 hora 23 min	Se realizaron cambios y arreglos en las imágenes
	Tarea 1.2 Pre-Artes PRO-TEC Arte día del Contador	52 min+ 23 min	Se hicieron las correcciones sugeridas, se exportaron y enviaron. Se realizó el arte para e mismo día.
	Tarea 1.3 Artes de Julio	2 horas 5 min	Se realizaron los artes respectivos al mes de Julio
	Tarea 1.4 Moodboard Agosto	26 min	Se elaboró un moodboard inspiracional del mes de Agosto
	Tarea 1.5 Artes de Agosto	2 horas 33 min	Se realizaron los artes respectivos al mes de Agosto

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Evidencia Tarea 1.3



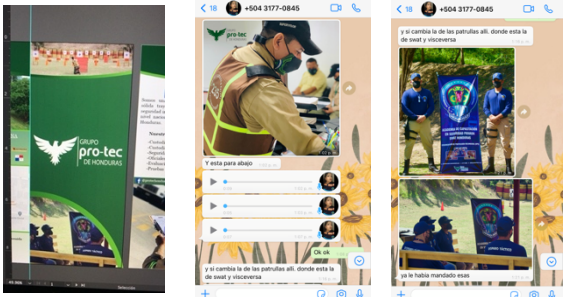
Evidencia Tarea 1.4

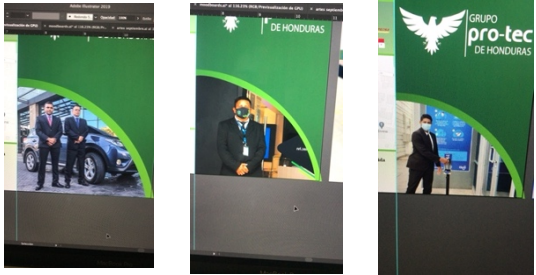
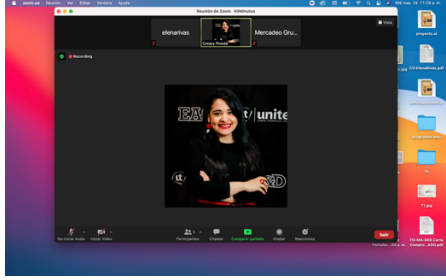

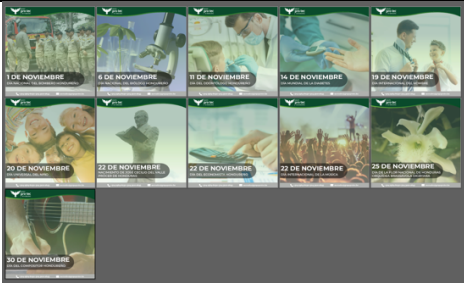



Evidencia Tarea 1.5



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
18/Mayo	Tarea 1.1 Trifolio	43 min	Se realizaron cambios en las imágenes
	Tarea 1.2 Moodboard Septiembre	34 min	Se elaboró un moodboard inspiracional del mes de Septiembre
	Tarea 1.3 Artes de Septiembre	3 horas 11 min	Se realizaron los artes respectivos al mes de Septiembre
	Tarea 1.4 Moodboard Octubre	37 min	Se elaboró un moodboard inspiracional del mes de Octubre
	Tarea 1.5 Artes de Octubre	3 horas 47 min	Se realizaron los artes respectivos al mes de Octubre

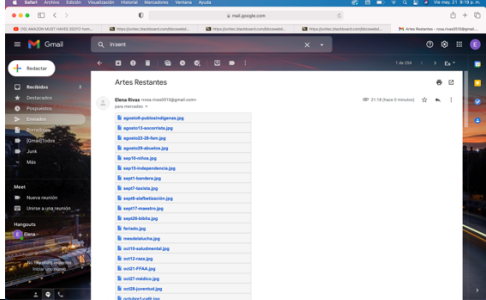
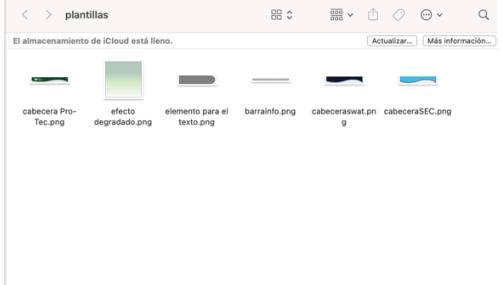
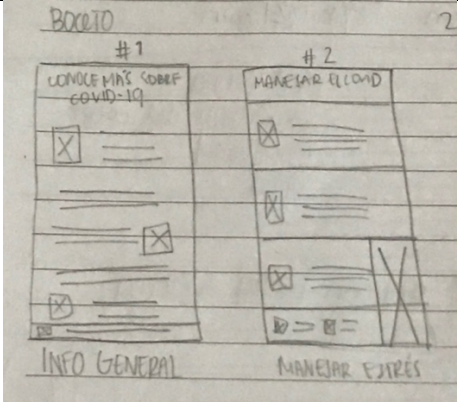
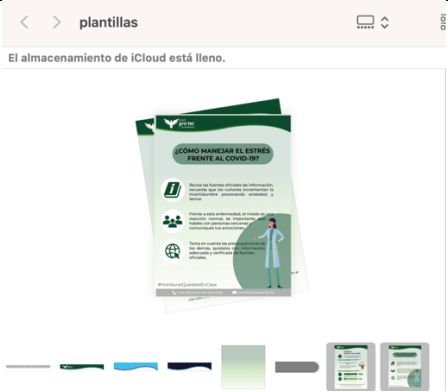
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	
Evidencia Tarea 1.5	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
19/Mayo	<p>Tarea 1.1 Trifolio</p> <p>Tarea 1.2 Reunión por Zoom</p> <p>Tarea 1.3 Moodboard Noviembre</p> <p>Tarea 1.4 Artes de Noviembre</p> <p>Tarea 1.5 Moodboard Diciembre</p>	<p>35 min</p> <p>15 min</p> <p>29 min</p> <p>4 horas 48 min</p> <p>29 min</p>	<p>Se realizaron cambios en las imágenes</p> <p>Se realizó una reunión a través de Zoom para retroalimentación</p> <p>Se elaboró un moodboard inspiracional del mes de Noviembre</p> <p>Se realizaron los artes respectivos al mes de Septiembre</p> <p>Se elaboró un moodboard inspiracional del mes de Diciembre</p>
Evidencia Tarea 1.1		Evidencia Tarea 1.2	
			
Evidencia Tarea 1.3		Evidencia Tarea 1.4	
			
Evidencia Tarea 1.5			
			

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
20/Mayo	<p>Tarea 1.1 Trifolio</p> <p>Tarea 1.2 Artes de Diciembre</p> <p>Tarea 1.3 Revisión de artes</p>	<p>1 hora 43 min</p> <p>3 horas 3 min</p> <p>2 horas 43 min</p>	<p>Se realizaron cambios en las imágenes y correcciones en estas</p> <p>Se realizaron los artes respectivos al mes de Diciembre</p> <p>Se revisó los artes de todos los meses anteriores y se hicieron cambios de imágenes y correcciones</p>

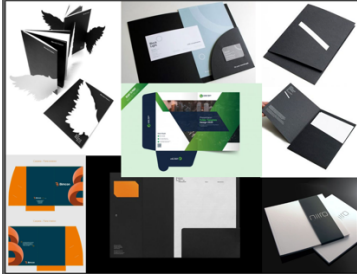
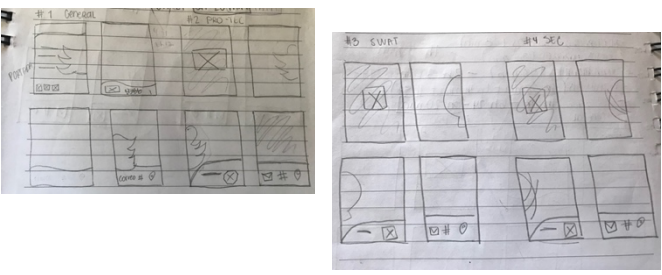
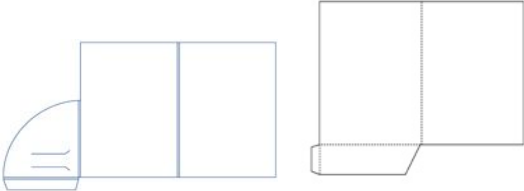

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
21/Mayo	Tarea 1.1 Artes anteriores Tarea 1.2 Plantillas Tarea 1.3 Bocetos Tarea 1.4 Infografías	50 min 37 min 29 min 2 horas 46 min + 2 horas 58 min	Se realizó la exportación de todos los artes y se enviaron Se realizaron los artes respectivos al mes de Diciembre Se elaboró bocetos para las infografías Se creó dos infografías relacionadas con el COVID-19


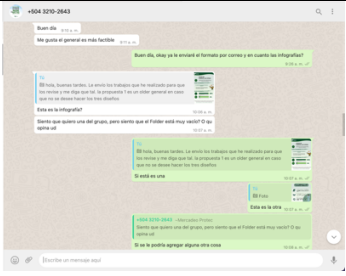


Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #6	Total de horas: 37 horas 37 minutos

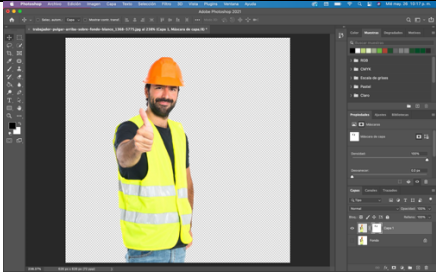



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
24/Mayo	Tarea 1.1 Moodboard Carpetas	28 min	Se elaboró un moodboard inspiracional de ejemplos de carpetas
	Tarea 1.2 Bocetos Carpetas	37 min	Se realizó bocetos de 4 propuestas, 1 en general y 1 para cada una de las empresas
	Tarea 1.3 Plantillas Carpetas	58 min	Se realizaron las plantillas para las carpetas
	Tarea 1.4 Propuestas de Carpetas	6 horas 17 min	Se elaboró las 4 propuestas de carpetas

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	 <p>propuesta1.jpg Ya no hay espacio</p> <p>propuesta2.jpg</p> <p>propuesta3@4x-1 00.jpg Ya no hay espacio</p> <p>propuesta4.jpg</p>

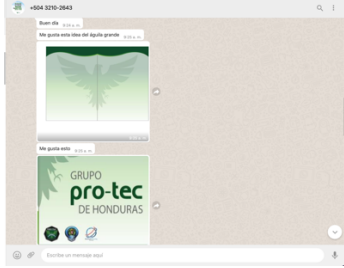
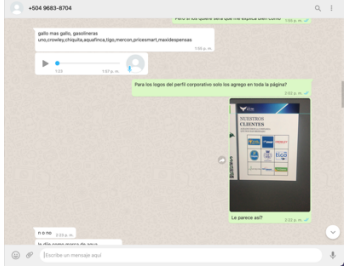


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
25/Mayo	Tarea 1.1 Propuestas Artes SWAT	2 horas 36 min	Se elaboró 2 propuestas para los artes de las redes de SWAT
	Tarea 1.2 Retroalimentación	30 min	Se recibió la retroalimentación de los trabajos anteriores
	Tarea 1.3 Propuestas Artes Whatsapp	3 horas 28 min	Se realizaron nuevas propuestas para los artes de whatsapp
	Tarea 1.4 Carpeta	52 min	Se realizó la selección y las mejoras a la carpeta seleccionada

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	


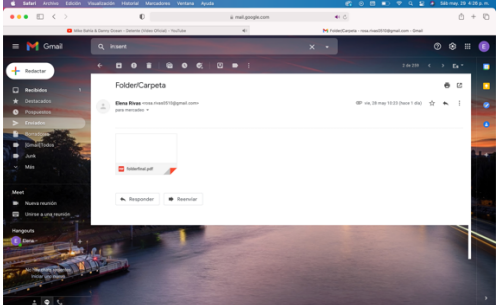

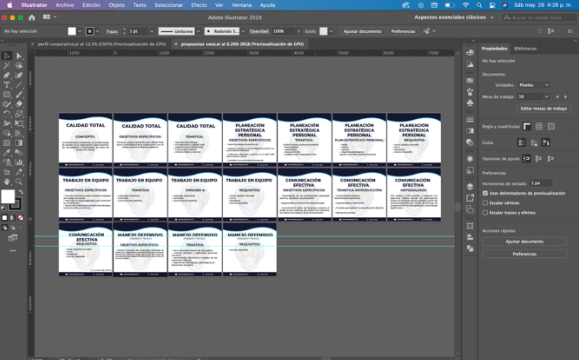
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
26/Mayo	Tarea 1.1 Arreglo de imagen	37 min	Se editó una foto para la infografía de Seguridad Industrial
	Tarea 1.2 Infografía Seguridad Industrial	1 hora 57 min	Se elaboró una infografía sobre la Seguridad Industrial
	Tarea 1.3 Infografías Covid-19	3 horas	Se elaboró una infografía sobre las cifras y el manejo del Covid-19
	Tarea 1.4 Arte de medidas de prevención	2 horas 32 min	Se realizó un arte enlistando las medidas que debemos tener contra el Covid-19

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
27/Mayo	Tarea 1.1 Retroalimentación	26 min	Se recibió la retroalimentación debida
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo	2 horas 3 min	Se realizó cambios y se agregó una página extra
	Tarea 1.3 Carpeta	53 min	Se realizó cambios en las carpetas
	Tarea 1.4 Artes de Covid-19	3 horas 19 min	Se realizó artes de las directrices del Covid-19

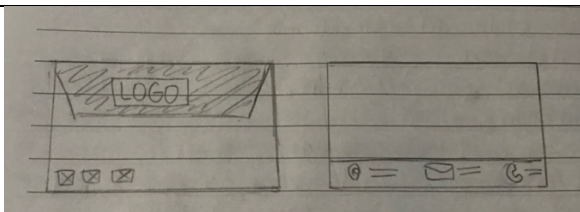
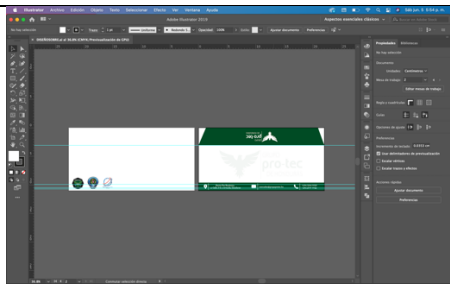
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	 <p>1xxxdpi.jpg 2xxxdpi.jpg 3xxxdpi.jpg 4xxxdpi.jpg 5xxxdpi.jpg 6xxxdpi.jpg</p> <p>Ya no hay espacio Ya no hay espacio Ya no hay espacio Ya no hay espacio Ya no hay espacio</p>

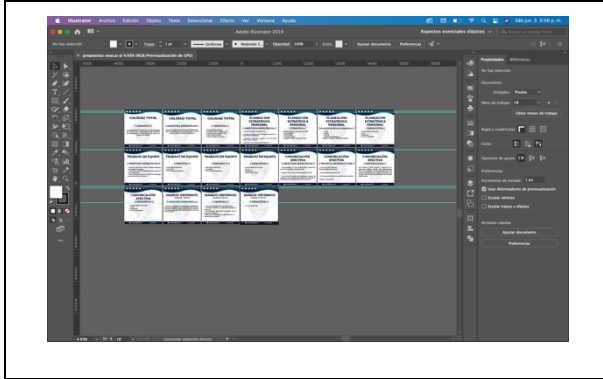
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
28/Mayo	Tarea 1.1 Perfil Corporativo	37 min	Se agregó nuevos logos
	Tarea 1.2 Carpeta	32 min	Se realizó cambios en el formato
	Tarea 1.3 Protocolo de entrada	2 horas 37 min	Se realizó una infografía para el protocolo de entrada de la empresa
	Tarea 1.4 Propuestas artes SWAT	3 horas 26 min	Se realizó nuevas propuestas de artes

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

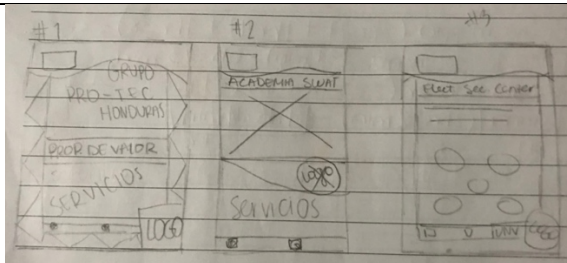
Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #7	Total de horas: 39 horas y 13 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
31/Mayo	Tarea 1.1 Boceto e ideas Sobre	28 min	Se elaboró bocetos y se buscó ideas para hacer un sobre membretado
	Tarea 1.2 Diseño/plantilla Sobre	1 hora 39 min	Se realizó el diseño del sobre
	Tarea 1.3 Artes SWAT	2 horas 36min	Se realizaron pequeños cambios en los artes de SWAT
	Tarea 1.4 Moodboard/Inspiración Muppies	1 hora 33 min	Se elaboró un moodboard inspiracional sobre el diseño de muppies
	Tarea 1.5 Bocetos/ideas de Muppies	50 min	Se realizó bocetos y se buscó ideas para crear los muppies

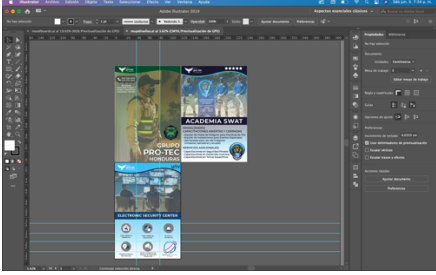
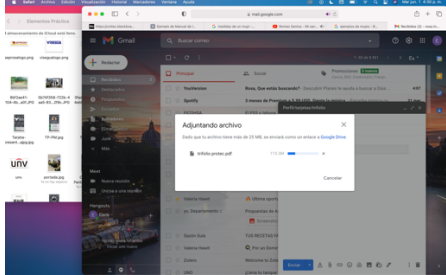
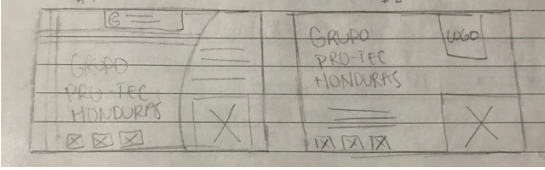

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4




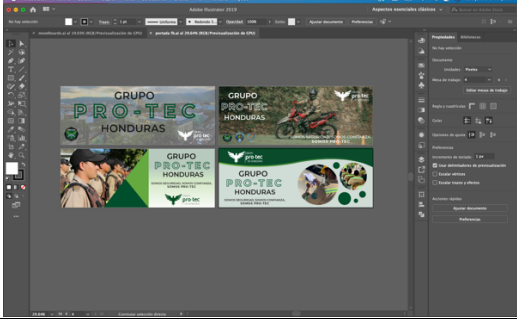
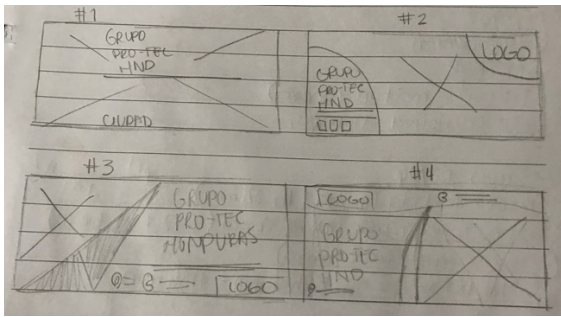
Evidencia Tarea 1.5



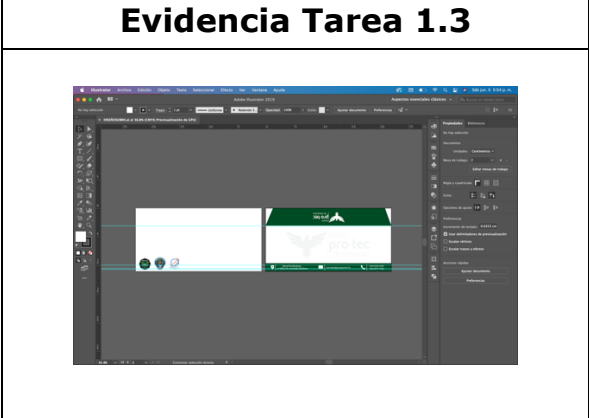
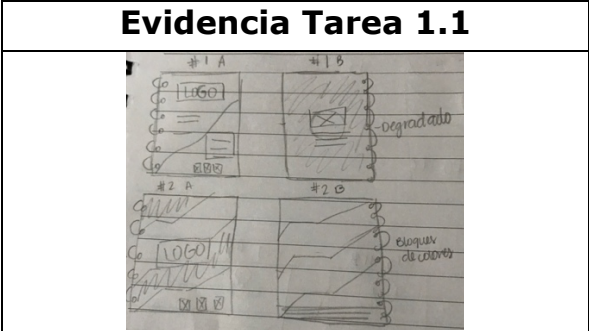
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
01/Junio	Tarea 1.1 Diseño Muppies	5 horas 52 min	Se elaboró los muppies
	Tarea 1.2 Envío de documentos	31 min	Se enviaron los documentos solicitados por la supervisora
	Tarea 1.3 Bocetos Banner	19 min	Se elaboró bocetos para la propuesta de diseño de 2 banners
	Tarea 1.4 Banner 1	2 horas 22 min	Se realizó el primer diseño de banner

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

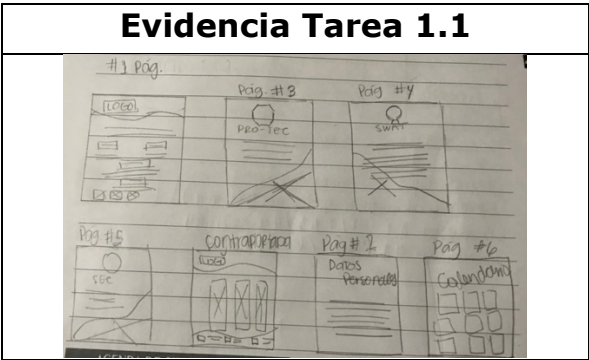
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
02/Junio	Tarea 1.1 Banner 2	1 hora 57 min	Se elaboró el segundo banner
	Tarea 1.2 Foto de portada Facebook	31 min	Se realizó cuatro propuestas para la nueva portada de Facebook
	Tarea 1.3 Bocetos portada Facebook	33 min	Se elaboró bocetos para la propuesta de portada de Facebook

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
03/Junio	Tarea 1.1 Boceto portada libreta	1 hora 22 min	Se elaboró los bocetos de dos propuestas para la libreta corporativa
	Tarea 1.2 Diseño de portada/parte trasera libreta	5 horas 48 min	Se realizó el diseño de la portada de la libreta
	Tarea 1.3 Cambios en el sobre	26 min	Se elaboró pequeños cambios en el sobre membretado

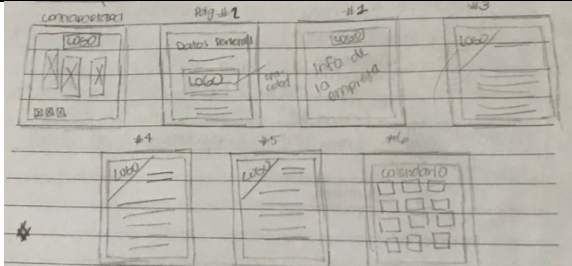
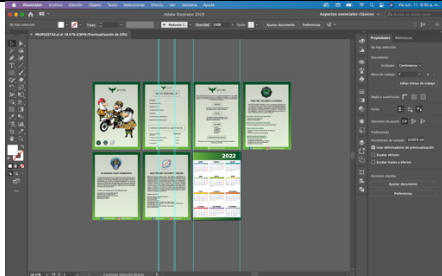


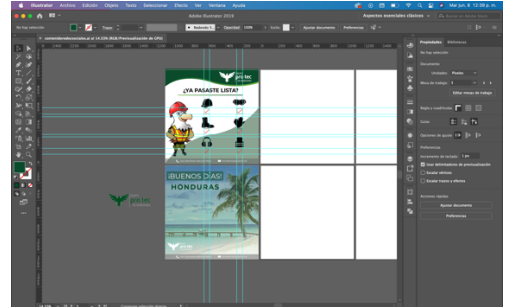
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
03/Junio	Tarea 1.1 Boceto contraportada/3 hojas	42 min	Se elaboró los bocetos de la primera propuesta
	Tarea 1.2 Propuesta #1	6 horas 40 min	Se realizó el diseño de la primera propuesta de la libreta



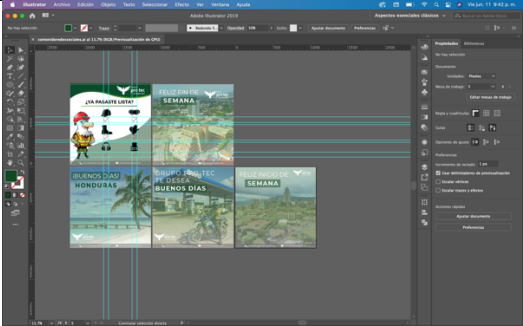
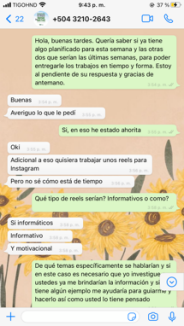
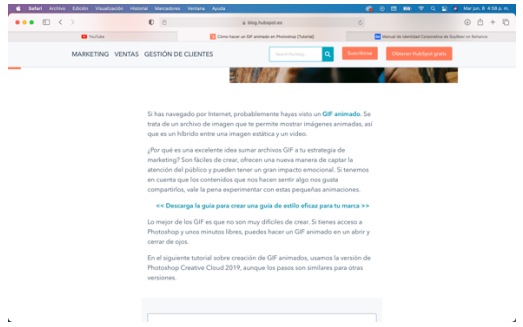
Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #8	Total de horas: 38 horas y 49 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
07/Junio	Tarea 1.1 Bocetos #2	33 min	Se realizó los bocetos para la segunda propuesta
	Tarea 1.2 Propuesta #2	5 horas 22 min	Se realizó el diseño de la segunda propuesta de la libreta
	Tarea 1.3 Contenido redes sociales	2 horas 7 min	Se realizaron piezas gráficas para las redes sociales de la empresa


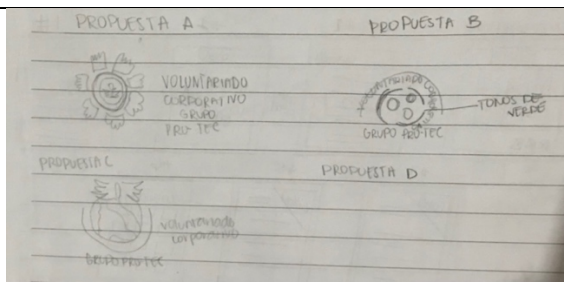

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

Evidencia Tarea 1.3


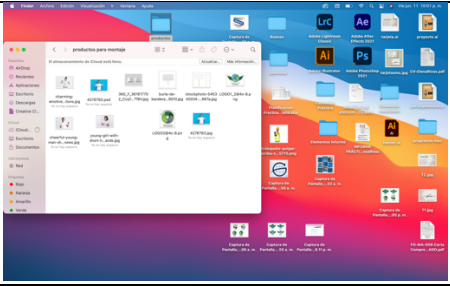


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
08/Junio	Tarea 1.1 Contenido redes sociales #2	2 horas 19 min	Se realizaron piezas gráficas para las redes sociales de la empresa
	Tarea 1.2 Explicación de nuevas tareas	1 hora 29 min	La supervisora me contactó para la explicación de las nuevas tareas
	Tarea 1.3 Investigación sobre realizar el formato GIF	3 horas 39 min	Se investigó como realizar gifs en Photoshop

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

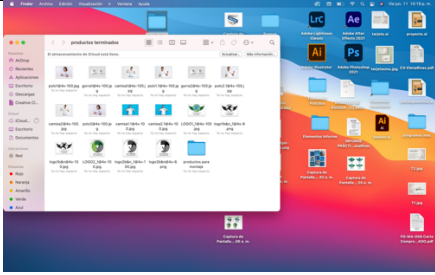
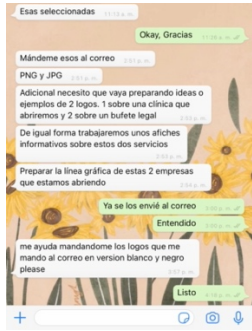

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
09/Junio	Tarea 1.1 Asignación de nueva tarea	1 hora 10 min	La supervisora me contactó para la asignación de los logos y explicación de estos
	Tarea 1.2 Bocetos Logo Voluntariado	49 min	Se realizó 3 propuestas para los logos
	Tarea 1.3 Digitalización de Logos	6 horas 26 min	Se elaboró la vectorización de los logos

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

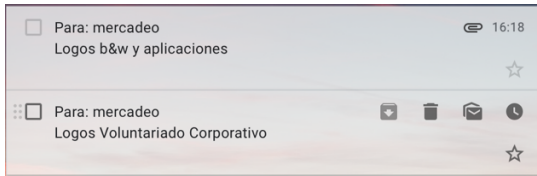
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
10/Junio	Tarea 1.1 Buscar mockups de productos	2 horas 59 min	Se realizó la búsqueda de mockups para las aplicaciones de los logos
	Tarea 1.2 Versiones alternas a los Logos de Voluntariado	3 horas 57 min	Se elaboró versiones alternas a los logos anteriores
	Tarea 1.3 Presentación y selección de Logos	26 min	Se presentó los logos a la supervisora para que escogiera los logos de que más le gustaran

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
11/Junio	Tarea 1.1 Montajes en las aplicaciones	2 horas 26 min	Se realizó los montajes debidos para los logos de voluntariado
	Tarea 1.2 Hacer presentación	1 hora 22 min	Se elaboró una presentación de los mockups para presentar las dos propuestas finales
	Tarea 1.3 Asignación de nueva tarea	10 min	Se asignó una nueva asignación para las próximas semanas
	Tarea 1.4 Logos en Blanco y negro	32 min	Se realizaron las versiones en blanco y negro de las dos propuestas finales
	Tarea 1.5 Envío y exportación de documentos	37 min	Se enviaron los documentos finales junto a la presentación
	Tarea 1.6 Investigación de realización de reels	2 horas 26 min	Se investigó como se hacen los reels de Instagram y se vieron ejemplos referentes a esto

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Evidencia Tarea 1.5



Evidencia Tarea 1.6



Crear reels

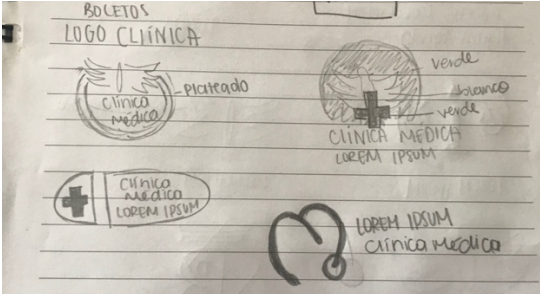
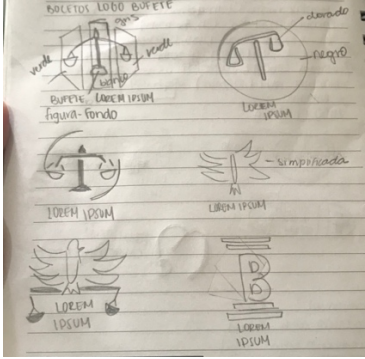
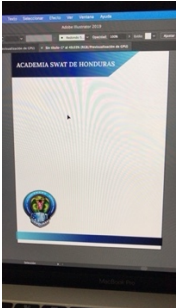
Selecciona "Reels" en la parte inferior de la cámara de Instagram. Verás distintas herramientas de edición creativas en el lado izquierdo de la pantalla, que te permitirán crear tu reel. Por ejemplo:

- **Audío:** Busca una canción en la biblioteca de música de Instagram. También puedes grabar un reel con tu propio audio original. Cuando compartes un reel con audio original, este audio se le atribuye y, si tienes una cuenta pública, las personas podrán crear reels con él.
- **Efectos de AR:** Para grabar varios clips con diferentes efectos, selecciona un efecto de nuestra galería, desarrollados por Instagram y creadores de todas partes del mundo.
- **Temporizador y cuenta regresiva:** Pon un temporizador para grabar clips con mano libre. Una vez que presiones para grabar, verás una cuenta regresiva de "3,2,1" antes de que comience la grabación por el tiempo que seleccionas.
- **Alineación:** Alinea los objetos de tus clips anteriores antes de grabar el siguiente. De esta forma, podrás crear transiciones más fluidas de distintos momentos, como al cambiar de ropa o agregar nuevos amigos al reel.
- **Velocidad:** Puedes acelerar o ralentizar parte del video o del audio que seleccionas para que puedas seguir el ritmo o crear videos en cámara lenta.

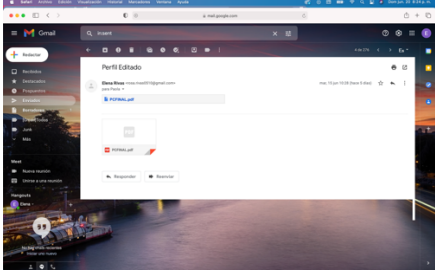
Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #9	Total de horas: 40 horas y 40 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
14/Junio	Tarea 1.1 Montaje nuevo	1 hora 48 min	Se buscó los nuevos mockups y se realizó un nuevo montaje con los logos anteriores.
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo	2 horas 56 min	Se realizó nuevos cambios de información.
	Tarea 1.3 Bocetos Logo Clínica	1 hora 20 min	Se realizaron bocetos para un nuevo proyecto de PRO-TEC
	Tarea 1.4 Bocetos Logo Bufete	1 hora 43 min	Se elaboró bocetos para otro proyecto de PRO-TEC
	Tarea 1.5 Plantilla SWAT	12 min	Se realizó una plantilla para comunicados

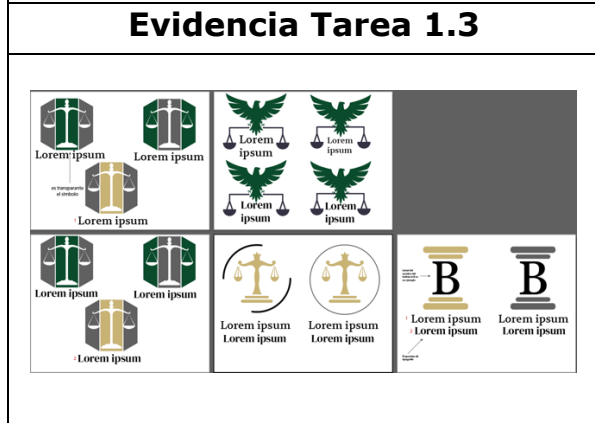
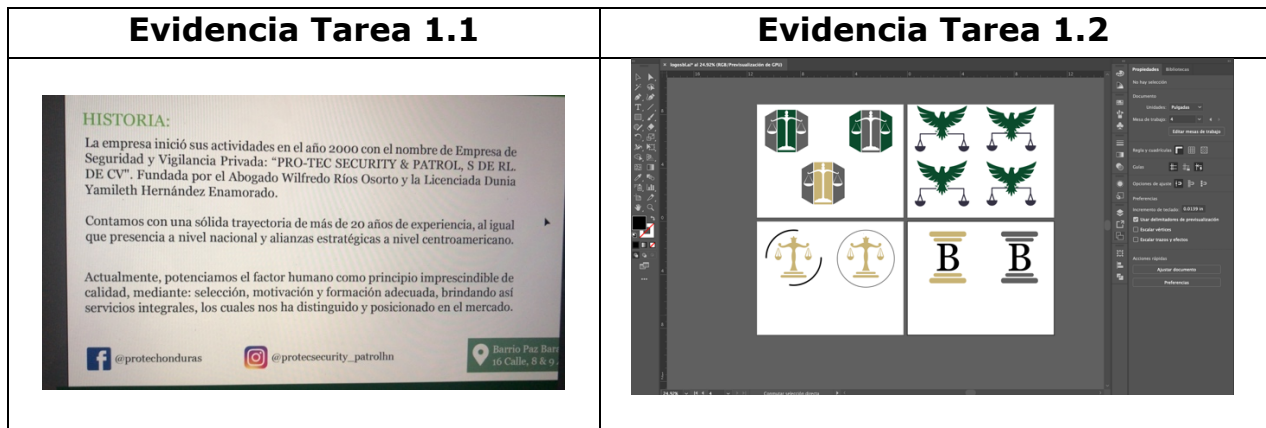
Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	

Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	
Evidencia Tarea 1.5	


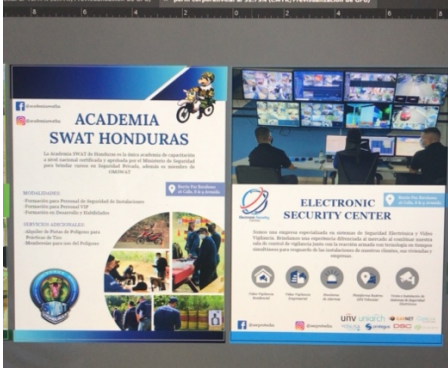
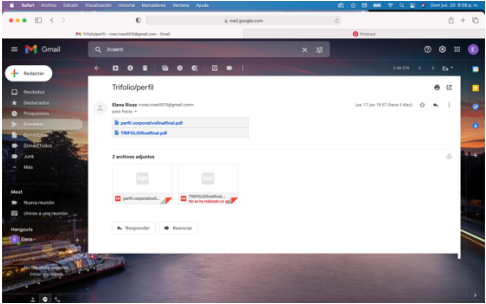
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p>15/Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Perfil Corporativo</p> <p>Tarea 1.2 Vectorización del Logo Clínica</p> <p>Tarea 1.3 Trifolio</p> <p>Tarea 1.4 Búsqueda y propuestas de tipografía</p>	<p>23 min</p> <p>5 horas 37 min</p> <p>37 min</p> <p>2 horas 26 min</p>	<p>Modificación de información y envío</p> <p>Se vectorizó las propuestas para este nuevo proyecto junto con sus variantes</p> <p>Se realizaron cambios en la información</p> <p>Se buscó diferentes tipografías para propuesta de los nuevos logos</p>

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

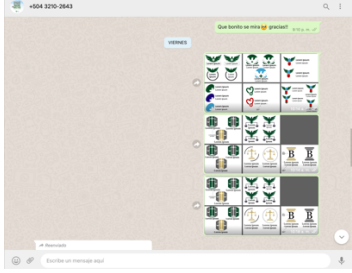
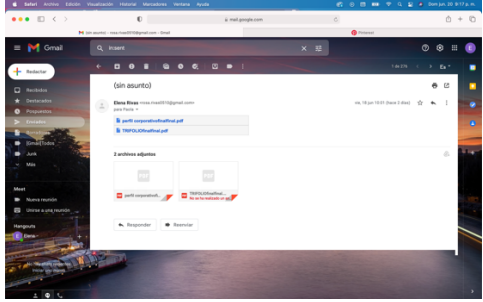
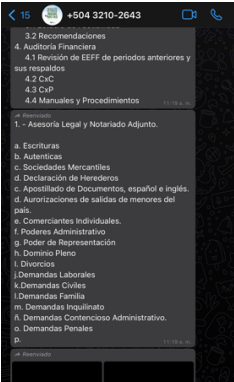
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
16/Junio	<p>Tarea 1.1 Perfil Corporativo</p> <p>Tarea 1.2 Vectorización del Logo Bufete</p> <p>Tarea 1.3 Búsqueda y propuestas de tipografía</p>	<p>16 min</p> <p>6 horas 12 min</p> <p>2 horas 7 min</p>	<p>Nuevos cambios de información</p> <p>Se vectorizó las propuestas para este nuevo proyecto junto con sus variantes</p> <p>Se buscó diferentes tipografías para propuesta de los nuevos logos</p>



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
17/Junio	Tarea 1.1 Trifolio	3 horas 28 min	Nuevos cambios de información y adición de logós
	Tarea 1.2 Perfil Corporativo	3 horas 47 min	Nuevos cambios de información y adición de logós
	Tarea 1.3 Envío de documentos	18 min	Se enviaron los documentos anteriores


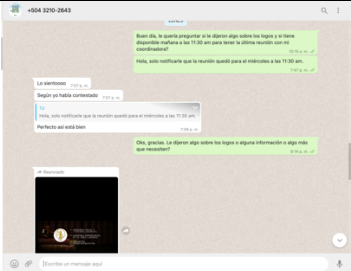
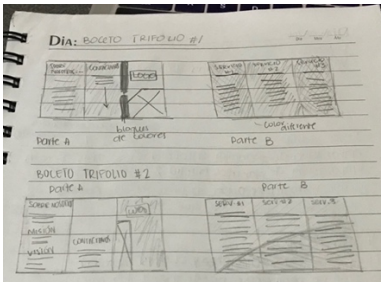

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
18/Junio	<p>Tarea 1.1 Entrega de propuestas de logo</p> <p>Tarea 1.2 Reunión presencial con supervisora</p> <p>Tarea 1.3 Perfil C./Trifolio</p> <p>Tarea 1.4 Información</p>	<p style="text-align: center;">30 min</p> <p style="text-align: center;">4 horas</p> <p style="text-align: center;">1 hora</p> <p style="text-align: center;">2 horas</p>	<p>Se entregaron los logos que se habían realizado de los nuevos proyectos</p> <p>Asignación de nuevas tareas y presentación de las propuestas de mejora</p> <p>Se realizaron los últimos cambios</p> <p>Búsqueda de información e ideas</p>

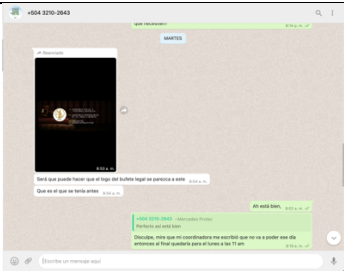
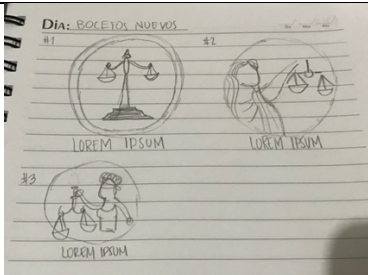

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Rosa Elena Rivas Castro	Nombre del lugar de práctica: Grupo PRO-TEC Honduras
Semana: #10	Total de horas: 26 horas y 43 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
21/Junio	Tarea 1.1 Moodboard/ideas trifolio	1 hora 35 min	Se realizó un moodboard con distintas ideas para crear un nuevo trifolio
	Tarea 1.2 Agendar reunión	20 min	Se agendó la última reunión para el día lunes
	Tarea 1.3 Bocetos Trifolio	1 hora 25 min	Se realizaron bocetos para un nuevo trifolio
	Tarea 1.4 Diseño trifolio	3 horas 46 min	Se elaboró el diseño para el nuevo trifolio

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	Evidencia Tarea 1.4
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
22/Junio	Tarea 1.1 Retroalimentación logos	25 min	Se recibió la retroalimentación de los logos anteriores, se dijo que se necesitaban nuevas propuestas
	Tarea 1.2 Bocetos Logo Bufete	1 hora 46 min	Se realizó nuevos bocetos para el bufete
	Tarea 1.3 Diseño 2 Trifolio	2 horas 38 min	Se elaboró un nuevo diseño

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2
	
Evidencia Tarea 1.3	
	

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
23/Junio	Tarea 1.1 Vectorización de los logos y sus variantes	7 horas 26 min	Se vectorizó los nuevos logos y sus variantes

Evidencia Tarea 1.1

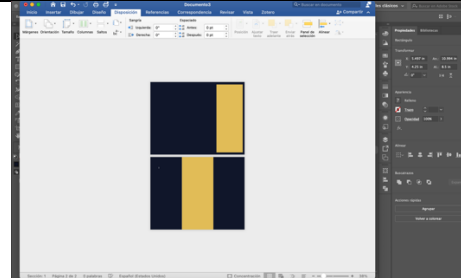


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
24/Junio	Tarea 1.1 Instrucciones de trifolio	2 horas 25 min	Se elaboró instrucciones sobre las plantillas de los diseños de los trifolios
	Tarea 1.2 Plantillas logo	46 min	Se realizó plantillas adaptadas a Word de los trifolios.

Evidencia Tarea 1.1

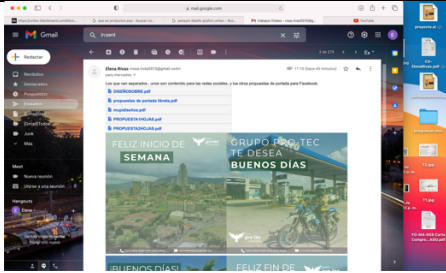


Evidencia Tarea 1.2



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
25/Junio	Tarea 1.1 Envío y exportación de todos los trabajos	2 horas 47 min	Se elaboró instrucciones sobre las plantillas de los diseños de los trifolios
	Tarea 1.2 Presentación de logos	46 min	Se realizó plantillas adaptadas a Word de los trifolios.
	Tarea 1.3 Propuestas de mejora	38 min	Envío de propuestas de mejora con todas sus variantes

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Rediseño de Logos.pdf

Evidencia Tarea 1.3

