

**EA&D**

---

**IN  
FOR  
ME**

---

**PRÁCTICA  
PROFESIONAL**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

EMPRESA OGILVY

SUSTENTADO POR:

HANZELL EDUARDO REYES SERRANO

21741202

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

SAN PEDRO SULA, CORTES, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2023

## Agradecimiento

A UNITEC por abrirme sus puertas para mi crecimiento profesional y por la oportunidad de tener maestros que me ayudaron a explotar mi talento cómo llegaron a ser el Lic. Oscar Mancía quien me instruyo a hacer cosas más allá de lo que yo imaginaba, a la Lic. Marisela Doblado por hacerme ver todo de otro punto de vista más real de como son las cosas.

A mi mejor amiga que siempre confió en mí, ella me impulso a poder crecer y creer en que soy capaz de muchas cosas. Lidys Diaz quien me ayudo a explotar mi capacidad, dar todas mis energías en todo lo que hago, haciéndome ver que soy capaz de hacer cosas que nunca creí que fueran posibles.

A mis tías Flor Serrano, Loreths Serrano y Grissel Serrano quienes estuvieron ahí para cuidarme y ser mejor persona día a día brindándome su apoyo y cariño durante y después que mi mamá falleciera.

A mis primas Alessandra Serrano, Vyelkha Serrano y Valloleth Serrano con las cuales crecí, las que siempre me aconsejaban cuidaban dándome su apoyo cuando me sentía con los ánimos bajos y me brindaban su cariño de varias formas.

A Sarei y Darwin Palacios, por cuidarme durante mucho tiempo brindándome su apoyo incondicional, estando ahí para mi haciéndome sentir cómodo, seguro y lleno de cariño.

A mi padre Renato Hernández, el cual tomo su misión y ocupo el puesto de mi mamá ayudándome a culminar mis estudios profesionales y a su esposa Lorena Hidalgo por su apoyo mientras estuve con ellos.

Josué y Alejandra Cruz, mis segundos padres dándome su cariño recién llegado a San Pedro Sula, haciéndome parte de su familia apoyándome a crecer de diferentes formas y que siempre estarán dándome su apoyo.

Al equipo de Ogilvy por darme su acogimiento en su agencia de publicidad. Durante este proceso me han ayudado a salir adelante con una mente firme ver la realidad de las cosas y por enseñarme mucho de forma directa o indirecta, gracias a ello he comprendido que es trabajar en armonía y en familia. La unidad, las muestras de cariño se mantiene fortaleciéndose unos a otros para enfrentar cada obstáculo que se ponga de frente, es de esta manera que obtenemos los buenos resultados en nuestros objetivos propuestos, conociendo como cada uno de ellos tiene sus métodos de trabajo y logrando resolver todo de diferentes formas.

A Demi y Ana por siempre estar ahí, compartiendo sus conocimientos, amistad y fuerza para hacer mi trabajo de una mejor forma durante el proceso de la práctica profesional, gracias a ellas aprendí a resolver cada una de las asignaciones de una manera eficaz. Su cariño me hecho sentirme una persona valiosa e importante.

## **Dedicatoria**

A nuestro creador Jehová por darme la vida, energías, fuerzas, valor, perseverancia para continuar con esta meta y culminar de forma satisfactoria mis estudios universitarios durante estos cinco años y por los demás años que viene de logros estando a su lado.

A mi madre Luz Emerita Serrano Q.D.D.G, quien durante mis primeros once años de vida me enseñó muchas cosas: amar lo que hago, ser quien soy, seguir adelante, cumplir mis sueños, demostrar mis valores que ella me inculco y que al final sea una persona exitosa. Sé que estaría orgullosa de ver todos mis logros y en la persona que me he convertido. Por eso le dedico esta tesis a ella como forma de agradecimiento por todo lo que me brindo para seguir sus pasos, crecer y llegar a ser el profesional que ella quiso que fuera, sé que estaría muy orgullosa de todo ello.

## Resumen

El presente trabajo de propuesta de mejora está enfocado en exponer cada una de las facetas que se han logrado mejorar durante la realización y cumplimiento de cada una de las asignaciones que se ha otorgado en la agencia de Ogilvy durante el periodo de la práctica profesional y como el ambiente laboral ha brindado un crecimiento a nivel profesional. Además, cumpliendo con cada uno de los objetivos plateados para el crecimiento, realizando propuestas visuales atractivas y acorde a lo solicitado, crecimiento en el uso de los programas de Adobe en su fácil manejo logrando brindar un mejor trabajo a los clientes.

En el primer capítulo se hablará de la agencia de publicidad Ogilvy mostrando su historia y todos los logros que ha obtenido a lo largo de su fundación, descantando su poder en la publicidad y siendo una empresa fuerte en el país. Se platicará un poco del área en donde el practicante realizó su práctica profesional y que actividades realizó durante apoyo en el departamento de creatividad y por último se plantearán los objetivos de la práctica profesional para el crecimiento profesional.

En el capítulo dos de este informe se mencionará el puesto que obtuvo el practicante en el área de creatividad, así como cada una de las actividades que se realizaron durante este proceso de aprendizaje y crecimiento profesional. Mencionando cada una de las marcas con las cuales se trabajó y como estas se desarrollaban a lo largo de su apoyo. Implementando propuestas de mejora en las cuales el practicante tomó iniciativa como apoyo en la agencia.

En el capítulo tres se desglosará la problemática que el practicante encontró a lo largo de su práctica profesional, la situación en la cual la agencia se encuentra actualmente, brindando un marco teórico para una mejor comprensión del problema y la solución planteada, pero desde un punto de vistas profesional dando inicio a la etapa de creación de la propuesta de mejora partiendo de la metodología de investigación utilizada para la construcción de la solución. Se plantean los objetivos, uno general y tres específicos, los componentes que construyen la propuesta de mejora y cuál será su alcance. Se incluyen tres tablas que ayudaran a un mejor entendimiento, la primera tabla englobara el tiempo que el practicante necesito para el desarrollo de la propuesta de mejora. La tabla numero dos mostrará el costo total de la implementación de la propuesta de mejora en la agencia y la tabla número tres será una tabla de evaluación para la agencia, donde se evaluar aspectos específicos donde se conocerá si la propuesta de mejora es funcional y ayuda.

El cuarto y último capítulo englobará las conclusiones de la práctica profesional, reflexiones que se obtuvieron a lo largo del desarrollo de la práctica profesional y recomendaciones para los futuros practicantes, para la agencia y la universidad.

## Índice de Contenido

<b>Agradecimiento .....</b>	<b>I</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>III</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>IV</b>
<b>Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Datos Generales de la Organización.....</b>	<b>2</b>
1.1.1 Reseña de la Organización .....	2
1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica .....	6
<b>1.2 Objetivos de la Práctica Profesional .....</b>	<b>7</b>
1.2.1 Objetivo General .....	7
1.2.2 Objetivos Específicos .....	7
<b>Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional .....</b>	<b>10</b>
2.2.1 Gallo más Gallo Honduras .....	11
2.2.2 Gallo más Gallo Guatemala .....	12
2.2.3 Serpento.....	13
2.2.4 Tres Valles .....	14
2.2.5 Chumbagua.....	15
2.2.6 Agromoney .....	16
<b>2.3 Actividades de Mejora Implementadas .....</b>	<b>17</b>
<b>Capítulo III. Propuesta de Mejora.....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Problema Identificado.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Situación actual en la organización .....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada.....</b>	<b>21</b>
3.3.1 ¿Qué es el almacenamiento en la nube?.....	21
3.3.2 Tipos de almacenamiento de nube .....	21
3.3.3 Servicios de las nubes de almacenamiento .....	22
3.3.4 Ventajas y Desventajas.....	24
3.3.5 Importancia de una nube de almacenamiento .....	25
3.3.6 Importancia de una nube de almacenamiento en el área de Creatividad .....	26
3.3.7 Portabilidad .....	27
3.3.9 Facilidad de uso .....	28
<b>3.4 Soluciones Identificadas .....</b>	<b>30</b>
3.4.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto .....	30
3.4.2 Objetivos del Proyecto Propuesto .....	30
3.4.3 Alcances del Proyecto.....	31
3.4.4 Componentes del Proyecto .....	31
<b>3.5 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto.....</b>	<b>33</b>
3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto .....	34
3.5.2 Cronograma de Desarrollo y de Implementación.....	38
3.5.3 Presupuesto Requerido.....	40
3.5.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto.....	43
<b>Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones.....</b>	<b>45</b>

<b>4.1</b>	<b>Conclusiones de la Práctica Profesional.....</b>	<b>45</b>
<b>4.2</b>	<b>Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica .....</b>	<b>46</b>
<b>4.3</b>	<b>Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes 47</b>	
	<b><i>Bibliografía.....</i></b>	<b>49</b>
	<b><i>Glosario.....</i></b>	<b>52</b>
	<b><i>Anexos .....</i></b>	<b>59</b>
	Gallo más Gallo Honduras .....	59
	Anexo 1: Contenido lúdico .....	59
	Gallo más Gallo Honduras .....	72
	Serpento.....	77
	TresValle .....	81
	Chumbagua.....	82
	Agromoney.....	84

## Índice de Figuras e Ilustraciones

Imagen 1. Organigrama Excell Ogilvy San Pedro Sula .....	5
Imagen 2. Cronograma de desarrollo de actividades e implementación de la propuesta de mejora. ....	38
Imagen 3. Presupuesto Proyecto de Mejora .....	40
Imagen 4. Presupuesto Dropbox .....	41
Imagen 5. Presupuesto OneDrive .....	41
Imagen 6. Tabla de evaluación de la propuesta de mejora. ....	43
Imagen 7. Arte para interacción con el público. ....	59
Imagen 8. Arte de BlackGallo Mundialista. ....	59
Imagen 9. Arte de interacción con el público. ....	60
Imagen 10. Arte de Gallo Beneficos de la parrilla portátil. ....	60
Imagen 11. Portada para carrusel de 5 tips para aprovechar el aguinaldo. ....	61
Imagen 12. Arte para conmemorar el día mundial de la televisión. ....	61
Imagen 13. Patalla de Black Gallo Mundialista para animación. ....	62
Imagen 14. Patalla de Black Gallo Mundialista para animación. ....	62
Imagen 15. Patalla de Navidad para animación. ....	63
Imagen 16. Patalla de Navidad para animación. ....	63
Imagen 17. Mock-up para bajada de la campaña de nuevo. ....	64
Imagen 18. Banner Web para bajada de la camapaña de año nuevo. ....	64
Imagen 19. Arte de Mosaico para asesor en vivo de Gallo más Gallo. ....	65
Imagen 20. Arte de asesor en vivo. ....	65
Imagen 21. Arte de 5% de descuento al contactarte con el asesor en vivo. ....	66
Imagen 22. Arte de como conectarte con tu asesor en vivo desde la página web. ....	66
Imagen 23. Arte de los beneficiós de comprar online. ....	67
Imagen 24. Pauta de La Prensa para le 24 de Noviembre. ....	68
Imagen 25. Pauta de La Prensa para el 28 de Noviembre. ....	69
Imagen 26. Pauta del Heraldo para el 24 de Noviembre. ....	70
Imagen 27. Pauta del Heraldo para el 28 de Noviembre. ....	71
Imagen 28. Arte de reacción para interacción con el público. ....	72
Imagen 29. Arte de interacción con el público. ....	72
Imagen 30. Arte para conmemoración el día de la sonrisa.....	73
Imagen 31. Arte para conmemorar el día de la música. ....	73
Imagen 32. Mock-up de bajada para BlackGallo Mundialista. ....	75
Imagen 33. Banner web para bajada de la camapaña BlackGallo Mundialista. ....	75
Imagen 34. . Bajada para Facebook de BlackGallo Mundialista.....	76
Imagen 35. Arte para conmemorar el día de la música. ....	77
Imagen 36. Arte para promocionar la moto Defender.....	77
Imagen 37. Arte para promocionar la moto Krait. ....	78
Imagen 38. Arte de conteo para navidad. ....	78
Imagen 39. Arte para promoción de la moto Bor Sport.....	79
Imagen 40. Arte de matenimiento. ....	79
Imagen 41. Arte de promoción de la moto Kaiza. ....	80
Imagen 42. Arte de promoción de la moto Honda Navi. ....	80

Imagen 43. Arte para conmemorar el día internacional contra el cáncer de mama. ....	81
Imagen 44. Arte de 29 aniversario de TresValles. ....	81
Imagen 45. Arte para conmemorar el día de la raza.....	82
Imagen 46. Story para aniversario de 84 años de CAHSA. ....	82
Imagen 47. Arte de celebración de los logros obtenidos. ....	83
Imagen 48. Arte de mantenimiento de la marca. ....	83
Imagen 49. Arte de mantenimiento de la marca. ....	84
Imagen 50. Arte de promoción de productos agrícolas. ....	84
Imagen 51. Arte para conmemorar el día internacional contra el cáncer. ....	85
Imagen 52. Arte de mantenimiento de la marca. ....	85
Imagen 53. Arte de acciones que se debe tener cuando llueve. ....	86
Imagen 54. Arte de promoción de productos agrícolas. ....	86
Imagen 55. Arte para que los sigan en Twitter. ....	87
Imagen 56. Bitácora_Semana#1 - 10_Hanzell_Serrano.....	87

---

**CA  
PÍ  
TU  
LO I**

---

**Generalidades  
de la Práctica  
Profesional**

## Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional

### 1.1 Datos Generales de la Organización

#### 1.1.1 *Reseña de la Organización*

Ogilvy and Mather es una agencia de publicidad prominente en Servicios 360°, una metodología enfocada en todo incluido, incluyendo marketing digital, BTL, relaciones públicas, creatividad y gestión de medios. Fundada en Londres en 1950 por David Ogilvy junto con Edmund Mather y Andy Hewitt, se retiró de la indiferencia unos años más tarde y clasificó a Ogilvy como director único de la agencia, transformando a la empresa en una de las ocho redes publicitarias más exitosas e influyentes.

Actualmente conocido solo como "Ogilvy".

Inicialmente, trabajaron con American Express, Shell, Food Bristol Myers, Soup Company, Lever Brither, Dove y Sears. Sin embargo, Ogilvy tiene 132 oficinas en 83 países y emplea a más de 16 000 profesionales, aprendices o pasantes en todo el mundo con intereses y habilidades en el campo. Pero Ogilvy se basa en las ideas y principios de sus fundadores.

Ogilvy D. (1957) menciona “La función principal de la publicidad es la venta y, en particular, como el éxito de un producto se basa en información centrada en el consumidor, satisface las necesidades e inquietudes de la marca de un cliente al comunicar educadamente el mensaje sobre el producto o servicio. Un producto debe caer en una categoría que podamos presentar con orgullo” (p. 74).

Inicialmente, David Ogilvy trabajó como chef en el Majestic Hotel de Londres, como explica en su libro *Confessions of a Advertiser*, y siguió el ejemplo del entonces chef Monsieur Pitard, manteniendo la iniciativa de superación. Independientemente de las circunstancias de la empresa, siempre cumplimos nuestras promesas a los consumidores, convivimos en un ambiente de trabajo agradable y trabajamos codo con codo con cada colaborador.

La creatividad era parte del pensamiento primitivo, no del lenguaje, pero era una lluvia de ideas muy intuitiva inspirada en todo lo que los humanos no sabían. Requiere una mente abierta y una curiosidad ilimitada. (Ogilvy D., 1957, p. 40).

Claramente, Ogilvy se enfocó en por qué los clientes usan sus servicios. Porque la publicidad es lo más importante en los negocios. Así que investigué las razones para mudarme a mi agencia anterior y entrevisté al personal para averiguar por qué el cliente no eligió una de ellas, logrando atender mejor la solicitud y crearla.

En 1989 fue adquirida por WWP Group, líder mundial en tecnología, comunicaciones y publicidad. El grupo está formado por numerosas redes de algunas de las mejores y más exitosas agencias en su campo, siendo Ogilvy and Mather una de las empresas y marcas mundiales más importantes. Forma parte de la lista Fortune 500.

Desde 1992, Honduras ha estado operando como una empresa familiar a través de alianzas entre socios de Guatemala y Honduras a través de una franquicia en Nueva York, EE. UU. Las dos instalaciones del país están ubicadas en el segundo piso de la

Colonia Luis Landa Concordia, capital de Tegucigalpa, y sobre las avenidas Dieciséis y Diecisiete de la ciudad de San Pedro Sula. Calle Siete N.W. En el edificio Atlantic Business Center, Barrio los Andes emplea aproximadamente a 85 personas en ambas sedes.

Ogilvy Honduras brinda servicios de promoción, comunicación y marketing que han impulsado el éxito de reconocidas marcas nacionales durante más de 27 años, entre ellas Banpaís, Aliss, Gallo más Gallo, Guatemala y Honduras, Grupo Cadelga y Chumbagua. Fábrica de Azúcar Tres Valles.

Entre la amplia gama de premios y logros debido al alto nivel de creatividad y logro de los integrantes del equipo de Ogilvy Honduras, se destacan los siguientes reconocimientos: En Panamá se organizaron Flap Award, Wave Festital, Clio en Argentina, New York Festival en USA, Lions Festival en Guatemala, Rooftop y 8 Award International Festival El Carribe. (Flores, 2016), Festival de Cannes, Ranking Cream, Premios Saber, Premios LIA y Luum.

### **Misión**

Identificar y expresar la esencia de una marca, asegurándonos que ésta se refleje en cada punto de contacto de los consumidores en línea, fuera de línea en casa, trabajo etc. Consumir marcas a través de la fronteras y disciplinas con el objetivo de encontrar los clientes más valiosos, y mantenerlos de por vida. (Ogilvy, 2019).

### **Visión**

Ser una empresa líder en publicidad en los próximos cinco años posicionándonos mundialmente como una empresa definida por su devoción a las marcas. Su total

compromiso hacia innovación, siempre cumpliendo con los altos estándares de calidad con profesionalismo, valores y conocimiento amplio en el entorno empresarial y, aplicándolo al desarrollo y crecimiento de los clientes por los resultados que generamos para sus negocios. (Ogilvy, 2019)

## Servicios

Agencia de publicidad y comunicación, diseño y ejecución de campañas de comunicación bajo el esquema 3 60. Medios, Creatividad, Relaciones Públicas, BTL, Digital y Promociones.

## Estructura Organizacional

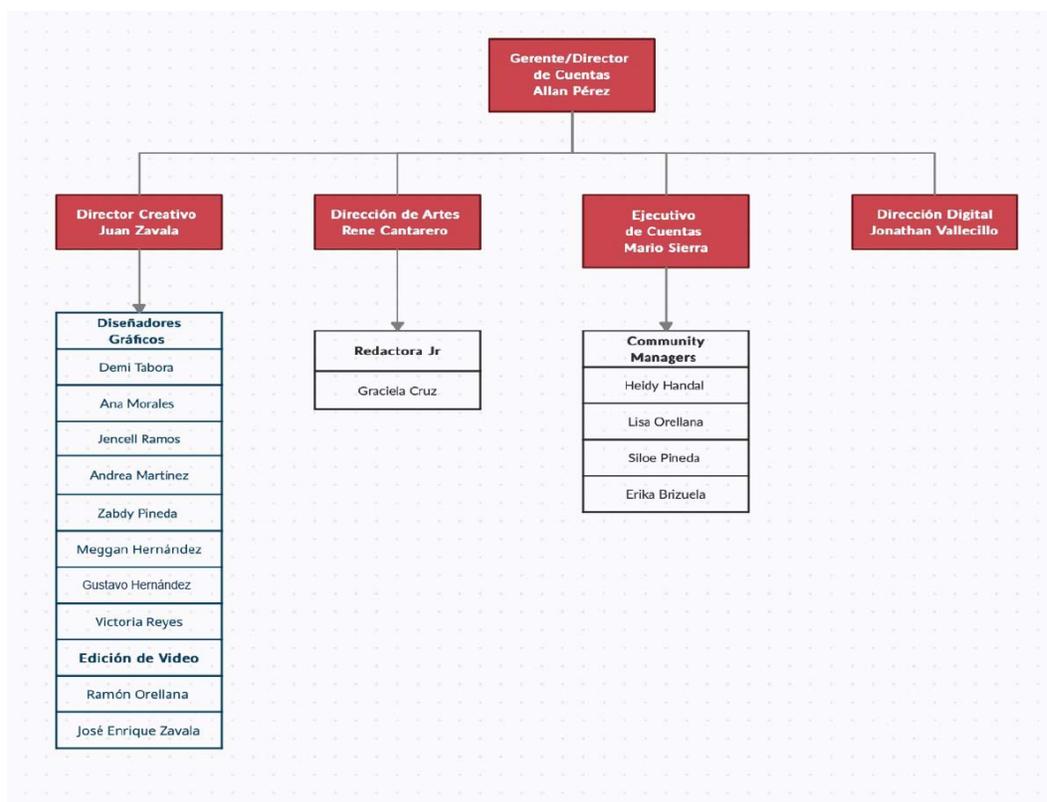


Imagen 1. Organigrama Excell Ogilvy San Pedro Sula

El siguiente organigrama está enfocado en cada uno de los departamentos que conforman la agencia Excel Ogilvy en la sede de San Pedro Sula según cada área que la conforman.

### ***1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica***

El área asignada por la agencia para la realización de la práctica profesional fue el departamento de Creatividad, este se encarga de la creación de cada una de las piezas gráficas de diferentes marcas como lo son El Gallo más Gallo Honduras y Guatemala; azucareras como TresValles, Chumbagua y la microfinanciera Agromoney entre otras.

Tiene como asignación la creación de calendarios mensuales de contenido digital para redes sociales, la elaboración de piezas madres para campañas, retails, pautas para periódicos, artes finales para impresos, creación de anuncios televisivos y animaciones para publicidad.

Cada una de las actividades a realizar son establecidas por órdenes de trabajo brindadas por el Community manager, las cuales son descritas en una plataforma virtual como ser Trello, que posteriormente se comenzó a utilizar la aplicación de Teams para llevar a cabo proyectos o tareas organizadamente. Al igual que Trello, a cada diseñador se le asigna una ficha de trabajo con su respectivo nombre donde describen detalladamente las instrucciones. Terminando la ejecución de los encargos pasan previamente por un filtro de corrección con el ejecutivo encargado de la marca para luego hacer la entrega del producto final.

## **1.2 Objetivos de la Práctica Profesional**

### **1.2.1 Objetivo General**

Implementar cada uno de los conocimientos obtenidos durante toda la carrera de Diseño Gráfico en la práctica profesional, resolviendo los problemas gráficos en publicidad, redes sociales y de la empresa obteniendo resultados positivos para la agencia Ogilvy.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- 1.2.2.1 Generar ideas sobresalientes en base a conocimientos actuales para cada uno de los proyectos los cuales se verán reflejados en cada una de las entregas a los clientes de Ogilvy Honduras.
- 1.2.2.2. Expandir las habilidades y conocimientos en los programas de Adobe a través de las asignaciones, logrando ampliar la cognición en cada una de las distintas funciones en el trabajo asignado..
- 1.2.2.3. Desarrollar las capacidades creativas, comunicacionales y analíticas obtenidas durante la práctica profesional.

---

# CA PÍ TU LO II

---

Actividades  
Asignadas y  
Realizadas

## **Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas**

### **2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado**

Diseñador Gráfico: encargado de la elaboración de contenido digital, creación de pantallas comerciales para animación, creación de pautas para periódicos y material punto de compra (POP).

El departamento cuyo campo está vinculado con la carrera de Diseño Gráfico, en donde se logró explorar y entender como en realidad funciona en el mundo laboral.

Se implementaron ideas innovadoras para cada una de las tareas asignadas, teniendo participación en cada una de las actividades, logrando resolver visualmente cada pieza creada; obteniendo resultados positivos en la entrega de las piezas.

## **2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional**

Al inicio de la semana de la práctica profesional se instruyó al practicante brindándole información de cada una de la cartera de clientes, terminando esta inducción se comenzó a realizar los primeros artes que contribuyeron para el entendimiento de la identidad visual de las marcas. Una vez culminada la asignación se le notificó al practicante a quien se le tenía que hacer la entrega final. La propuesta inicial es enviada al community manager, siendo el encargado del primer filtro, cuya labor procede enviarle lo solicitado al cliente. Se le creó al practicante un espacio con su nombre en Trello para que pudiera subir las asignaciones ya aprobadas. Ya teniendo una ficha con su nombre se le colocó cada una de las asignaciones para él, adentro de la ficha se encontraba un PowerPoint con las instrucciones a seguir para la creación de cada una de las piezas del lúdico asignado. Durante la práctica se logró trabajar con seis clientes de la agencia, quienes son El Gallo más Gallo Honduras y Guatemala, Serpento, Chumbagua, Tres Valles y Agromoney.

### **2.2.1 El Gallo más Gallo Honduras**

Es una de las marcas más fuertes de la agencia la cual se requiere de mucha paciencia para la creación de cada una de las asignaciones solicitadas por el cliente, cumpliendo con el criterio. Es una empresa de gran cobertura en 17 de los 18 departamentos del país, comprometida en mejorar la calidad de vida de cada uno de los hondureños, ofreciéndoles productos de las categorías de línea blanca, línea electrónica, tecnología, muebles y motos.

La marca es manejada con orden de trabajo (ODT) brindando las instrucciones de cada una de las asignaciones que se van a realizar. Al ser una de las marcas con la que el practicante trabajo se ha trabajado con diferentes tipos de artes, siendo estos lúdicos mensuales donde se trabajan, singles posts, carruseles, artes para animación tanto para Facebook e Instagram. Pantallas para comerciales, creando las piezas con los elementos requeridos en Photoshop para luego enviarlos a los animadores. Bajadas de campañas, creando mockups para ser mostradas en una presentación al cliente de cómo se miraría la campaña en los diferentes medios visuales. Posts para asesor en vivo, pautas para Prensa y Heraldo colocando cada elemento solicitado según el cliente y realizando revisión de color para medios impresos. (vea Anexo 1 – 5)

### **2.2.2 El Gallo más Gallo Guatemala**

Es una marca que ha logrado obtener una participación muy importante llegando a sus habitantes con 120 puntos de venta y con 23 quioscos dándole una cobertura en todo el territorio nacional, brindando a sus habitantes oportunidad de equipar sus hogares con electrodomésticos y muebles con planes de pagos sencillos, al igual que Honduras, se trabajó de la misma forma, pero omitiendo algunas actividades, dado que el practicante formaba parte del equipo de El Gallo más Gallo Honduras.

Durante se trabajó con Guatemala, las actividades fueron ordenadas por una orden de trabajo dando las instrucciones de cada una de las actividades a realizar. Se trabajó con contenidos lúdicos mensuales haciendo singles posts, carruseles, mp4 para Instagram y Facebook. Bajadas para la presentación de campañas al cliente. (vea Anexo 6 – 8)

### **2.2.3 *Serpento***

Es una marca que se encarga en la venta de motos montañeras, sport, scooters, mensajeras y cuatriciclos contando con talleres en todo el territorio nacional.

Cada asignación fue brindada por una orden de trabajo (ODT), creando post para Instagram y Facebook; cada arte elaborado contiene preciosos junto a la moto, buscando un fondo que vaya de la mano con la línea gráfica creada combinándola con los colores de la marca para la incorporación de todo el arte. Cada elemento va de acuerdo al tipo de moto si es mensajera un fondo de una ciudad y si es montañera una foto de terreno rocoso dando alusión a su utilidad. (vea Anexo 9)

#### **2.2.4 Tres Valles**

Es una organización agroindustrial dedicada al procesamiento de caña de azúcar para la producción de azúcar y generación de energía eléctrica.

Al ser una marca con una línea gráfica ya establecida el proceso de modificación de los elementos era diferente, con TresValles las asignaciones se compartían mediante un Excel donde el community manager daba instrucciones de lo que se tenía que realizar, en este caso se pedía el cambio del texto y de imagen. La imagen a utilizar se trabajada en Photoshop haciendo cambios de iluminación, contraste y saturación para mantener una misma línea gráfica. Había dos formas de la obtención de las imágenes a utilizar, la primera forma era fotografías tomadas por el cliente y la otra utilizando el banco de imágenes de Getty Image. (vea Anexo 10)

### **2.2.5 Chumbagua**

Es una micro financiera que ofrece financiamiento de equipo e insumos a los pequeños y medianos productores.

La marca ya contaba con una línea gráfica ya establecida por el cliente, siendo que los cambios fueran mínimos en cada post. Cada pieza elabora van de la mano con los valores de la marca mostrando una imagen autentica para el público. Cada una de las imágenes utilizadas eran obtenidas del banco de imágenes Getty Image modificando su contraste brillo, saturación y color dando un aspecto de atardecer cumpliendo así esa petición de parte del cliente. Se hicieron uso de luces simulando rayos de luz del sol como parte complementaria de la escena establecida y el texto complementario se modificaba según lo que se mostraba en el Excel para su entrega final y aprobación. (vea Anexo 11)

### **2.2.6 Agromoney**

Es una micro financiera que ofrece financiamiento de equipo e insumos a los pequeños y medianos productores.

La marca ya contaba con una línea grafica ya establecida por el cliente, siendo que los cambios fueran mínimos en cada post. Cada pieza elabora van de la mano con los valores de la marca mostrando una imagen autentica de lo que son para el público. Cada una de las imágenes utilizadas eran obtenidas del banco de imágenes Getty Image modificando su contraste brillo, saturación y color dando un aspecto de atardecer cumpliendo así esa petición de parte del cliente. Se hicieron uso de luces simulando rayos de luz del sol como parte complementaria de la escena establecida y el texto complementario se modificaba según lo que se mostraba en el Excel para su entrega final y aprobación.

Las herramientas utilizadas para la creación y desarrollo de cada actividad fueron Photoshop e Ilustrador. (vea Anexo 12)

### **2.3 Actividades de Mejora Implementadas**

Por parte del practicante se puede mencionar que él tomó como iniciativa siluetear imágenes de productos, para la implementación en cada una del post de la marca de El Gallo más Gallo Honduras y Guatemala, facilitando el trabajo de los diseñadores, para su uso en los artes sin retraso en el silueteado de ellas.

También tomó como iniciativa apoyar a otros compañeros en tareas asignadas para ellos, ayudándolos en avanzar en cada una de ellas y que su entrega fuera dentro del tiempo asignado.

---

**CA  
PÍ  
TU  
LO III**

---

Propuesta de  
Mejora

## Capítulo III. Propuesta de Mejora

### 3.1 Problema Identificado

Después de alrededor de 5 semanas de observación, se logró identificar la oportunidad de mejora en el área de creatividad de la agencia Ogilvy referente a la cantidad de artes y diseños elaborados por parte de la agencia para sus clientes. Se identificó que no cuentan con un sistema que les ayude a mantener a salvo y en orden cada una de las piezas madres creadas para las campañas, productos usados para los artes y elementos requeridos para cada uno de los artes solicitados por los clientes. Ya que los problemas de búsqueda de los elementos en otras computadoras generan retrasos en cada entrega.

La falta de una herramienta que almacene cada una de las piezas creadas dificulta el avance de la creación de lo que el cliente solicita, se necesitan algunos productos para el uso en los artes, una pieza en específico para cumplir con la asignación brindada. Mayormente se acude a otros diseñadores para su obtención, pero se dificulta ya que el diseñador no lo brinda al instante porque está ocupado con otra asignación, atrasando la elaboración de la pieza.

Por ende, hace falta lo que es una fuente de almacenamiento que pueda conservar cada pieza creada, colocando cada una de las carpetas con etiquetas con su respectivo nombre, ordenándolas por fechas de creación para su rápida búsqueda sin necesidad de acudir a otro usuario perdiendo tiempo en la recopilación de los recursos.

### **3.2 Situación actual en la organización**

El área de creatividad es uno de los departamentos con más demanda de trabajo en la agencia de Ogilvy. Ya que es la encargada de crear cada una de las piezas madres de las campañas publicitarias del año, contenido de digital diario para redes sociales, volantes, pautas y videos. Además, la creación de presentaciones de las propuestas de las piezas madres, las cuales se les presenta al cliente en una reunión en donde se aprueban o se rechazan, haciendo que todo el procedimiento avance sin retrasos o se comience todo desde un punto cero.

Al ser un departamento muy demandante de trabajo; la contratación de diseñadores gráficos es requerida ayudando a la reducción de trabajo a los demás diseñadores, brindándoles un equilibrio en las asignaciones de cada uno. Dado que la agencia en los últimos meses ha sido galardonada con varios premios, la contratación es un poco más estricta, haciendo que la integración de nuevos miembros sea escasa y que la cantidad de trabajo se mas para los diseñadores. Siendo así cada uno de los colaboradores del área de Creatividad se esfuerza por entregar un trabajo impecable y de calidad para que el cliente se sienta satisfecho con los buenos resultados brindados por la agencia y por el área de Creatividad.

### **3.3 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada**

En este capítulo se analizará a profundidad lo que es una nube de almacenamiento y cada uno de sus elementos. Logrando exponer de una forma más clara cada uno de sus puntos tanto como negativos, positivos, desventajas, ventajas, los tipos de nube que existen su importancia en la implementación de la misma. De igual forma la importancia de implementar una nube de almacenamiento en el área de creatividad de la agencia y como eso ayudara en la mejora del trabajo de cada uno de los colaboradores en la agencia.

#### **3.3.1 ¿Qué es el almacenamiento en la nube?**

Edgar R & Fernando X (2019) mencionan: “Inicialmente se podría describir el cloud computing o computación en la nube como los mecanismos brindados por ciertas empresas, ya sean públicas o privadas, para administrar, gestionar y compartir la información en el Internet directamente” (p.31).

#### **3.3.2 Tipos de almacenamiento de nube**

Según Edgar R & Fernando X (2019) Los diferentes tipos de almacenamiento de nube se dividen en tres tipos:

La públicas, la cual el proveedor de este servicio facilita las aplicaciones y cada uno de los espacios de almacenamiento limitados a cada uno de los usuarios en el Internet. Un ejemplo de ello es Google Drive.

Se encuentran también las privadas, estas son desarrolladas y gestionadas por las empresas transnacionales quienes quieren almacenar toda su información en un solo lugar, donde solo los empleados de la organización pueden hacer uso de los recursos almacenados en esa nube.

Por último, se encuentran las híbridas, estas son combinaciones de las nubes privadas y públicas, las cuales son entidades autónomas, pero están bajo una tecnología estándar donde la migración de información y conexión se mantenga entre plataformas.

Para el área de creatividad de la agencia dado a la cantidad de trabajo que se realiza, en cambios en los artes por parte del cliente el practicante propone la implementación de lo que es una nube híbrida, ya que este tipo de nube es una combinación de la pública y privada como se mencionó anteriormente, brindando características que se acoplan al problema que el practicante encontró en el área de creatividad.

### ***3.3.3 Servicios de las nubes de almacenamiento***

*Gutiérrez (2018)* hace mención que existen tres tipos de modelos de servicios, SaaS, PaaS y IaaS. Es habitual que se represente en una pirámide cuya base son los servicios a la infraestructura y arquitecturas de la red en donde la cúspide son los servicios más cercanos a cada una de las aplicaciones que se utilizan.

Al conocer las diferencias y beneficios de cada una de ellas sirve de guía para saber cuál de los servicios es funcional para cada usuario y hacer uso de él. **SaaS** o mejor llamado Software as a Service, el cual permite a cada usuario utilizar programas o

aplicaciones hospedados y ofrecidos en la nube de que se trate. La ventaja de este es que el acceso es mediante internet con un simple navegador y desde cualquier dispositivo o equipo. Este servicio está dirigido al usuario final que particularmente son trabajos de empresas u organizaciones que se limitan a utilizar el producto informativo que sea.

El **PaaS** o mejor conocida como Platform as a Service, el cual ofrece una infraestructura y todos los medios, recursos adicionales necesarios que sirven como desarrollo e implementación en aplicaciones en la nube. Una de las más grandes ventajas de PaaS es que es un servicio completo, el cual cubre las necesidades del proceso en el desarrollo de las aplicaciones, de principio a fin, a lo todo lo largo y ancho del mismo y también en el ciclo de vida posterior de la aplicación.

Y por último está el **IaaS** o conocido como Infrastructure as a Service, este se encuentra en el lugar más bajo, es el más próximo al hardware y a otros recursos que están en relación con la nube. Ofrece una infraestructura de servicios físicos, redes o almacenamiento accesibles mediante una conexión a internet. Contando con aspectos físicos como el procesamiento en centros de datos, creación de copias de seguridad, cortafuegos entre otros elementos de protección. El cliente solo es responsable de la información que almacena en la infraestructura contratada al proveedor por una tarifa de monto cambiante y periódica.

### 3.3.4 *Ventajas y Desventajas*

Antes de hacerse de una nube de almacenamiento es bueno conocer cada lado, tantos positivos como negativos para saber a lo que se enfrentarán los usuarios. El saber cada uno de ellos, se comprenderá como tener un mejor manejo y control.

Al principio del todo del informe he dicho que la nube ha supuesto un cambio de paradigma. Y no creo que haya muchas dudas de que ya no existe vuelta atrás y que los servicios en la nube van a ser cada vez más importantes y a estar cada vez más extendidos. Todo ello porque hay muy buenas razones para que sea así. Pero también existen algunos inconvenientes, o incluso serios riesgos, que no se pueden olvidar. (*Gutiérrez, 2018, p.9*)

Las ventajas de las nubes son varios, algunos de ellos son:

- El acceso desde cualquier lugar
- Uso multiplataforma
- Trabajo colaborativo más fácil, potente y versátil
- Software centralizado y sin instalación
- Desarrollo, prueba e implementación de aplicación optimizada
- Ahorro en hardware y software
- Escalabilidad y adaptación
- Ahorro en mantenimiento técnico y de seguridad
- Pago por uso

- Protección frente a ataques y desastres
- Procesos y análisis de alto nivel

Como cualquier servicio cuenta con desventajas donde la atención de uno tiene que estar siempre para su control, algunos de las desventajas son:

- Falta de seguridad o privacidad
- Problemas de índole o jurisdiccional
- Conflictos con la propiedad intelectual
- Incompatibilidad entre proveedores
- Pérdida de control

### ***3.3.5 Importancia de una nube de almacenamiento***

La nube de almacenamiento cumple con un trabajo importante en el mundo laboral. En el caso del diseño gráfico de gran importancia. El poder transportar cada uno de los artes creados donde sea que vayamos o estemos, facilita el ingreso inmediato de ellos para trabajar cuando sea necesario. Podemos tomar como ejemplo la pandemia de años atrás donde muchas personas tenían que trabajar desde casa por causa del COVID-19 y muchos de ellos no contaban con los recursos necesarios para trabajar obligándolos a tener retrasos en entregas de trabajos, ya que tenían que crear piezas de artes requeridas desde cero o mover las computadoras de las instalaciones a cada una de las casas, generando más trabajo y retraso. Mientras que con una nube facilita el acceso de toda la información desde sus hogares brindando la facilitación y más

control en las entregas. La nube cuenta con mejor control y orden de información ya que registra el ingreso de nueva información notificando su localización y cuando se subió para que cuando se necesite hacer uso de ello no se pierda el tiempo en su búsqueda o recurrir a cada una de las computadoras en el departamento.

Palos-Sánchez (2017) afirma:

La computación en la nube representa un cambio en el paradigma empresarial, ya que ya no es necesario contar con servidores, hardware y software en las oficinas de la empresa, ya que los procesos son realizados a través de Internet. Todo esto es bajo demanda y ocurre de forma dinámica y escalable. En la medida en que las necesidades de recursos pueden aumentar o disminuir según las necesidades de la empresa. (p.117)

### ***3.3.6 Importancia de una nube de almacenamiento en el área de Creatividad***

A lo largo de la práctica profesional en la agencia Ogilvy se ha observado el grado de importancia de implementar una nube de almacenamiento por el alto manejo de contenido elaborado en la agencia. Cada uno de los artes creados no se encuentran centralizado para el acceso de cada uno de los diseñadores acudiendo a otras máquinas para su búsqueda retrasando el proceso de creación de nuevas piezas, también se ha logrado observar que los clientes suelen pedir modificaciones o uso de artes anteriores para uso actual agregando elementos nuevos a esa pieza. El uso de los productos para publicidad también se ve afectado, ya que no se cuenta con una

carpeta específica que contenga cada uno de ellos, retrasando a los otros diseñadores a que se acude en su ayuda para su búsqueda o en muchos casos siluetearlos para usarlos. Cada diseñador tiene su computadora asignada pero cada uno tiene su propio orden y carpetas con cada pieza haciendo que la búsqueda inmediata de algo en específico sea lenta, mientras si se cuenta con una nube ya no va a ser necesario crear carpetas en los ordenadores ya que se contara con una nube con carpetas asignadas respaldando cada pieza creada y su búsqueda inmediata sin acudir a alguien más.

La computación en la nube ha favorecido el almacenamiento en línea o almacenamiento web. Muchos usuarios y empresas alquilan espacio de almacenamiento en grandes centros de datos (Amazon en EEUU, Arsys en España, etc.) para ahorrar espacio físico, inversión económica y gestión técnica de los dispositivos de almacenamiento. (Aguilar, 2009).

### **3.3.7 Portabilidad**

Es de gran énfasis visualizar este punto importante ya que el poder llegar sus datos, importarlo y exportarlos sin hacer uso de terceros. Antes de quedarse con un servidor hay que tener en cuenta si realmente tiene estas herramientas para que en un futuro no se arrepienta de la compra o del uso ya que más adelante se hace difícil poder desligarse de ello por la cantidad de datos almacenados y correr el riesgo de perderlos o hacer gasto extra para que habiliten esas opciones.

Investigue los posibles candidatos para averiguar si disponen de herramientas de importación/exportación. De preferencia, lo ideal es que estén integradas en el propio proveedor, de forma que no haga falta usar utilidades externas de terceros, que pueden dar problemas o ser difíciles de configurar. Por supuesto, también es ideal que esas herramientas que facilitan la portabilidad sean gratis o, como mínimo, no muy caras y fáciles de contratar; y que sean de uso sencillo. (*Gutiérrez, 2018, p.22*)

### **3.3.8 Precio**

Es de suma importancia para las empresas y agencias analizar cada uno de los precios de los diferentes proveedores. Brindando una mejor idea del costo, el presupuesto a invertir y si vale la pena. Existen servidores gratuitos pero limitados que cuentan con herramientas extras con costo adicional para una mejor experiencia. Los precios varían al igual que sus beneficios es por eso; antes de hacer uso de un servidor de almacenamiento es de suma importancia saber cuál es más funcional para su empresa y que cumple con las características necesarias para su implementación evitando hacer una mala inversión y pérdida de recursos almacenados.

### **3.3.9 Facilidad de uso**

*Gutiérrez (2018)* afirma:

La facilidad de uso depende hasta cierto punto de la capacidad o conocimientos técnicos de quien emplee los servicios. Y aparte, hay cosas que solo difícilmente pueden no ser complicadas. En cualquier caso, sí se le pueden pedir al

proveedor cosas como que ofrezca un panel de control intuitivo y completo o que facilite todo lo posible la gestión de los servicios por parte de sus clientes. (p.24)

Los clientes buscan lo mas sencillo de manejar y que les ahorre tiempo, entre un servidor es mas preciso y facil de uso el cliente se siente mas satisfecho sin la necesidad de acudir a otras herramientas o servidores y es aspecto mas subjetivo brindando mas calidad de servicio y sin complicaciones facilitando lo necesario y solicitado.

## **3.4 Soluciones Identificadas**

### **3.4.1 *Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto***

**Nombre del Proyecto:** Ogilvy Sync

**Tipo de proyecto:** Aplicación de almacenamiento para importar, exportar y ordenar cada elemento elaborado o de uso en el área de creatividad de la agencia Ogilvy de accesibilidad inmediata.

### **3.4.2 *Objetivos del Proyecto Propuesto***

#### **3.2.2.1. *General***

Crear una aplicación para conservar cada uno de los recursos elaborados y estén al alcance inmediato para su uso cuando se amerite convirtiéndolos en recursos informáticos.

#### **3.2.2.2. *Específicos***

- Crear una aplicación de fácil acceso para uso de cada uno de los colaboradores de la agencia sin complicaciones.
- Facilitar el trabajo, el orden del mismo para cada uno de los diseñadores y cada una de las piezas creadas.
- Mejorar la búsqueda de cada uno de los recursos a utilizarse si necesidad de acudir a terceros para su accesibilidad e implementación en nuevas piezas.

### **3.4.3 Alcances del Proyecto**

Dado El proyecto quedará en desarrollo de prototipo para la demostración de su funcionalidad a nivel video para la visualización de la interfaz terminada de igual forma su funcionalidad para un mejor entendimiento de su uso.

### **3.4.4 Componentes del Proyecto**

Considerando la necesidad en la agencia de organizar los diferentes artes editables se expone como propuesta de mejora la creación de una aplicación con el objetivo de almacenar y centralizar la creación de contenido visual como estructural de cada cuenta de clientes. Con la finalidad de conservar los recursos creados en el área de creatividad como piezas madres, artes lúdicos, productos visuales para diferentes cuentas y compilar bancos de imágenes, esto para manejar de forma eficiente todos los recursos necesarios para un acceso rápido y práctico a todos los colaboradores.

Componentes:

- Página principal, contara con el logo de Ogilvy y un botón de inicio.
- Luego del botón de inicio se mostrará lo que son los usuarios de cada uno de los empleados.
- Al entrar al usuario elegido se pedirá una contraseña para su acceso.
- Luego de eso mostrara lo que son las pestañas de cada una de las marcas que maneja ese usuario.

- Al ingresar a la pestaña de la empresa cambiara a los colores corporativos de esa marca, mostrando las pestañas de la carpeta de Año y de productos o imágenes descargadas de bancos de imágenes.
- Al ingresar a la carpeta de año, se mostrará las carpetas de meses, ingresando las carpetas de los meses, se mostrará las carpetas de cada una de las campañas o trabajos que se hicieron.
- En la pestaña productos o imágenes se encontrarán lo que son las carpetas nombradas por categorías, si son productos, serian línea blanca, tecnología, hogar entre otras, cada producto será nombrado por el código que se asigna por la empresa y para imágenes descargadas de bancos de imágenes se nombrará por día según la fecha del post que se utilizó.
- Para la pestaña perfil se encontrará lo que es la opción contraseña, personalizar página de inicio y cerrar sesión.
- En la opción de contraseña se podrá modificar su contraseña cuando se necesite, en personalizar el usuario podría cambiar el color, subir diseños creados por ellos mismo para darle más personalidad.
- Y cerrar para salir de usuario.

### 3.5 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

El método de investigación propuesto para la realización del proyecto de mejora fue establecido por Tim Brown quien es diseñador y actualmente es presidente y co-CEO de la empresa IDEO (Global Design & Innovation Company).

Manuel Serrano & Pilar Blázquez (2019) en su libro Design Thinking mencionan: Lidera el presente. Crea el futuro mencionan: “Que el pensamiento de diseño consiste en pensar como un diseñador, es una forma de poder resolver un problema el cual donde se reducen los riesgos y tener un alto éxito en los resultados el cual se concentra en las necesidades humanas, donde después se observa, se crean los prototipos y se testean, en donde los diferentes conocimientos se conectan con diferentes disciplinas llegando a una solución deseable, viable y rentable económicamente” (p.17).

Para la elaboración de la aplicación, el practicante utilizó la metodología de investigación Design Thinking, este consta de 5 etapas para su elaboración.

- **Empatizar:** Se define cual es el problema, definiendo el desafío y explorando el contexto humano.
- **Definir:** La importancia del proyecto, se investiga, se observa, se comprende y se crea un punto de vista.
- **Idear:** Como se resuelve, creando un brain storming de todas las ideas y no detenerse en lo obvio.

- **Prototipar:** La creación del prototipo, experimentación, fallas de forma económica y veloz.
- **Testear:** Si realmente es funcional, se implementa el producto y refinar el producto.

*Brown (2008)* menciona en términos simples, es la disciplina de utilizar la sensibilidad y el enfoque de un diseñador para hacer coincidir las necesidades de las personas con algo, una oportunidad de mercado, que sea técnicamente factible y una estrategia comercial viable que pueda traducirse en valor para el cliente.

Se optó en la implementación de esta metodología con la finalidad de resolver de forma creativa el problema percibido en la agencia.

### **3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto**

Fase 1: Empatizar

Para la implementación de esta fase el practicante utilizo la herramienta de observación, la herramienta perfecta para conocer a cada diseñador y saber cuáles son las necesidades o problemas que tienen al momento de trabajar.

En esta fase se plantean preguntas para conocer a los colaboradores, cual es el problema que frecuentan más y cuál es la propuesta que el practicante propone, luego el elaboro en un cuaderno una lista de los problemas observados y conocer cuál de esos problemas frecuente más en el día a día de cada diseñador. El practicante empatizó con los diseñadores de la agencia Ogilvy previo a encontrar el problema que

afecta de forma general en el área de creatividad con la finalidad de concretar el resultado final de cuál es el problema que está más presente.

#### Fase 2: Definir

En esta fase el practicante hizo una lista con los problemas expuestos por los diseñadores y que les afecta de forma directa. Siendo esto una guía concreta para iniciar la búsqueda de soluciones, algunos de los problemas principales encontrados en esta etapa son:

- Los diseñadores buscan herramientas fáciles y rápidas para acceder a los recursos necesarios para su labor.
- Quieren conservar de forma ordenada cada pieza e imágenes utilizadas cada vez que estas sean necesitadas.
- Les gustaría que hubiera una herramienta que se pueda transportar donde sea que vayan y que contenga todos los recursos al alcance inmediato.

#### Fase 3: Idea

En esta fase el practicante realizó lo que fue un brain storming en base a los problemas declarados recopilados con respecto a cada una de las necesidades. Para que la idea se concrete y ayude a estructurar de mejor forma la propuesta de mejora y su implementación en la agencia.

#### Braing Storming:

- Recopilar información
- Recopilación de información de las nubes de almacenamiento existentes
- Analizar los clientes que maneja la agencia
- Crear una aplicación de fácil uso

- Crear un espacio que sea atractivo visualmente y se diferencie del resto
- Una herramienta compatible con todos los dispositivos móviles
- Investigar información proporcionada por expertos
- Creación de una aplicación que facilite el trabajo de los empleados
- Preguntarles a los diseñadores como visualizarían la aplicación y su estructura

Entre las ideas el practicante optó por llamarlo Ogilvy Sync el cual está estructurado de la siguiente forma: una página principal en donde se mostrará el logo de la agencia en grande y con imágenes en loop de fondo y un botón de ingresar, perfiles para cada uno de los colaboradores de la agencia, al ingresar cada usuario tendrá una pestaña asignada de las marcas que maneje. La página secundaria contará con los clientes cada uno de ellos tendrán carpetas asignadas según el contenido que se maneje, en esas carpetas se encontrarán las carpetas bajo el nombre de campañas realizadas en todos los años, productos o imágenes las cuales contendrán recursos diferentes según lo que cada cliente maneja. En la página terciaria contará con la pestaña de perfil donde al ingresar se encontrará con lo que son las configuraciones como personalizar, modificar contraseña y cerrar sesión.

#### Fase 4: Prototipar

El practicante realizó una aplicación llamada “Ogilvy Sync” que servirá para el almacenamiento de cada uno de los recursos elaborados y usados con las diferentes marcas. La aplicación será de fácil acceso y rápida, facilitando la importación y exportación de los recursos donde sea que se vaya, facilitando su trabajo con la búsqueda rápida de productos, de piezas madres y todos los recursos editables

elaborados por cada diseñador los cuales estarán organizados por carpetas según lo que contengan y fecha de elaboración brindando la facilidad de su acceso sin necesidad de ir a cada computadora para conseguir el recurso que se necesite. El diseño de la aplicación contara con una interfaz atractiva y de la mano de la imagen de la agencia incorporándola a la misma. La aplicación se podrá descargar en todos los dispositivos móviles con los que cuenten los colaboradores para el uso de la información.

También el practicante incorporo un video donde se muestra el funcionamiento de la aplicación, mostrando cada uno de los aspectos mencionados mostrando como seria su funcionamiento, dado que la propuesta de mejora que solo como prototipo, el video dará una idea más clara de cómo se miraría el resultado final Ogilvy Sync.

#### Fase 5: Testear

Al quedarse como prototipo el testeo no se realizó, ya que en esta parte el resultado final es implementado en la realidad como una aplicación funcional donde los usuarios hacen uso de una versión de prueba si realmente cumple con las necesidades vistas o si necesita mejoras para mejor uso de la misma.

### 3.5.2 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

El siguiente cronograma muestra el proceso que se siguió para la realización del proyecto de mejora y mostrado en el área de Creatividad de Ogilvy San Pedro Sula:



Imagen 2. Cronograma de desarrollo de actividades e implementación de la propuesta de mejora.

La propuesta de mejora se desarrolló hasta prototipo dado al corto tiempo brindado para su desarrollo, se construyó su interfaz visual y estructural dando a detalle cómo se observaría desde el punto de vista del usuario brindando una idea más clara de la misma. La parte que faltaría a implementar sería la de su funcionamiento, si necesita mejoras o si está bien desarrollada para su uso final.

Se considero para un mejor control y manejo de los archivos almacenados en la aplicación contar con alguien que se encargué de la revisión de cada uno de ellos para que no se cometan errores o duplicidad de ellos, la empresa decidirá quién será la persona encargada para hacer la revisión de la aplicación cada cierto tiempo evitando este caso de problemas.

### 3.5.3 Presupuesto Requerido

Presupuesto Requerido						
Artículo	Costo Unitario	Costo Anual	Por Hora	Horas de Elaboración	Total Final Horas Trabajadas	Total Global
Diseñador Gráfico			L 500.00	60 hrs	L 30,000.00	
Diseño de Interfaz Móvil	L 2,000.00			24 hrs		
Diseño de Interfaz Computadora	L 2,500.00			24 hrs		
Hosting		L 12,318.00				
Creación de Video	L 1,500.00					
Programación de App			L 1,500.00	342 hrs	L 171,000.00	L 219,318.00

Imagen 3. Presupuesto Proyecto de Mejora

Entre los recursos para la elaboración de la interfaz de la aplicación, el practicante hizo uso de varios recursos para su desarrollo. El diseñador gráfico por hora cobra 500 lempiras, para la elaboración se hará una inversión de 30,000 lempiras dado que el total de horas a trabajar son de 60. Para la creación de la interfaz móvil se haría un gasto unitario total de 2,000 lempiras y para la adaptación para las computadoras de 2,500 estos gastos se consultaron a diseñadores que ya han trabajado con este tipo de proyectos el precio varía según la cantidad de contenido, pero para este trabajo se mantiene en ese precio. Para el hosting ya sería un gasto anual anda alrededor de unos 12,318 para el uso de los recursos necesarios para la nube de almacenamiento. La creación del video de igual forma se acudió a diseñadores que han realizados trabajos relacionados su costo anda alrededor de 1,500 lempiras. Dado que la programación no es realizada por el practicante de igual forma se acudió a expertos sobre el tema y se agregó el costo de cuánto costaría la realización de la programación, para su realización tendrá una duración de 342 horas, el programador cobra 500 lempiras por hora en total daría 171,000 lempiras para su desarrollo con todas las funciones requeridas por la agencia.

El presupuesto total de la propuesta de mejora quedaría en los 219,318 lempiras, con la diferencia que el hosting se tiene que pagar anualmente el resto es un pago unitario.

Al contar con una cotización de la elaboración de la aplicación desde cero se plantearon otras dos cotizaciones con proveedores que cuentan con softwares existente en el mercado para hacer una comparación de precios y servicios siendo estos Dropbox y OneDrive como opciones para su implementación.

### Dropbox:

Presupuesto Requerido: Dropbox Business			
Artículos	Costo mensual	Costo anual	Total Global
150 miembros		L 108,000.00	L 108,000.00
150 miembros	L 11,250.00		L 11,250.00

Imagen 4. Presupuesto Dropbox

Se cotizaron dos presupuestos uno mensual y uno anual incluyendo lo que son 150 usuarios. El anual tiene un costo de 108,000 lempiras y el mensual 11,250 lempiras. Ambos cumpliendo con algunas de las necesidades planteadas en propuesta de mejora.

### OneDrive:

Presupuesto Requerido: One Drive			
Artículos	Costo mensual	Meses	Total Global
150 miembros	L 37,500.00	12	L 450,000.00

Imagen 5. Presupuesto OneDrive

El costo mostrado en la tabla es del paquete de OneDrive Business solo cuenta con un plan mensual de un costo de 37,500 lempiras por 150 usuarios pagando un total de

450,000 anuales. A comparación con los demás paquetes este cumple con algunas de las necesidades para la solución del problema planteado.

### 3.5.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Los criterios utilizados para medir la eficiencia y la calidad del proyecto se basaron en la estrategia de investigación utilizada, realizando diez preguntas para recibir retroalimentación por parte de la empresa del funcionamiento de la propuesta de mejora realizada por el practicante.

Indicadores	Cumple	No cumple	Cumple Parcialmente	Observaciones
¿La aplicación Ogilvy Sync ha sido una herramienta útil para el desarrollo o del proceso de los trabajos a realizar?				
¿Considera que la aplicación cumple con los requisitos para su implementación en la agencia?				
¿Considera que Ogilvy Sync al ser una plataforma interactiva y personalizada para cada colaborador motive el proceso creativo de cada uno de ellos?				
¿La plataforma cumple con el objetivo de facilitar en el proceso de búsqueda de proyectos de cada uno de los clientes?				
No necesitar internet para descargar archivos que están dentro de la aplicación ¿considera que es una ventaja que facilita el proceso creativo y de diseño en los momentos que no se tiene acceso al mismo?				
¿El permitir el uso de solo dos dispositivos autorizados por usuario ayudara en el control de la filtración de información?				
¿Considera que esta nueva herramienta facilitara la búsqueda y organización de los recursos creados por la agencia?				
¿Al ser una aplicación multidispositivo considera que el poder adaptarse a cada uno de sus formatos facilita el proceso de búsqueda y recopilación de documentos ?				
¿Los colores y elementos utilizados en el diseño de la interfaz se complementan con la esencia de la agencia?				
¿El video tutorial ha sido de utilidad para la comprensión del uso de la aplicación?				

Imagen 6. Tabla de evaluación de la propuesta de mejora.

---

**CA  
PÍ  
TU  
LO IV**

---

**Conclusiones,  
Recomendaciones  
y Reflexiones**

## Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones

### 4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional

- 4.1.1 Se implementaron cada uno de los conocimientos adquiridos durante la carrera de diseño gráfico, resolviendo los problemas estructurales y visuales en cada uno de las asignaciones obteniendo resultados positivos y de felicitaciones por parte de mi jefe inmediato.
- 4.1.2 Se generaron ideas sobresalientes para cada una de las asignaciones brindadas obteniendo la aprobación de parte del cliente, dando su visto bueno y positivo por las ideas implementadas.
- 4.1.3 A lo largo de la práctica profesional se fortalecieron las habilidades y el crecimiento de conocimiento de los programas de Adobe debido al arduo trabajo y perseverancia en cada una de las asignaciones que fueron solicitadas de parte de cada uno de los clientes diariamente dentro de la agencia de esta forma obteniendo conocimiento y experiencia en el área de publicidad junto al área de diseño gráfico.
- 4.1.4 Se logro desarrollar y obtener capacidades creativas, comunicacionales y analíticas durante el proceso de práctica profesional brindas por cada uno de los diseñadores de la agencia aportando mi crecimiento profesional.

## **4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica**

- 4.2.1 La carga laboral en una agencia de publicidad es mucho más elevada de lo que se pensaba antes de comenzar a hacer la práctica profesional en Ogilvy. Sin embargo, la oportunidad de trabajar con presión conocer cada una de las estrategias que las grandes agencias tienen en sus manos son las encargadas de manejar la economía y sacar adelante el país.
- 4.2.2 Trabajar con presión fue de gran ayuda para abrir puertas a nuevos conocimientos, conocer como es la realidad de una agencia de publicidad, como es trabajar como diseñador gráfico y poner en orden cada una de las prioridades logrando cumplir con la exigencia del puesto asignado, madurando en todos los aspectos personales.

### **4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes**

#### **4.3.1 A la Organización**

Que les abran las puertas a nuevos estudiantes para que realicen su práctica profesional y adquieran nuevos conocimientos para su desarrollo profesional y personal, adquiriendo nuevos conocimientos desarrollando más su aprendizaje de una forma mas profesional.

#### **4.3.2 A la universidad**

Brindarles los recursos necesarios a los estudiantes para su desarrollo personal y profesional para que su desenvolvimiento sea el adecuado, preparándolos para afrontarse a nuevos retos y a la vida real de un profesional.

#### **4.3.3 A futuros practicantes**

Involúcrense en todo lo que puedan, aunque no sea de su área de estudio; tener conocimiento de todo lo que los rodean ayuda al crecimiento emocional, personal, laboral comprendiendo cómo funciona la realidad y afrontar cualquier dificultad, encontrando soluciones desde todos los puntos de vista brindado oportunidades para su crecimiento y abriendo puertas a nuevas oportunidades.

---

**BI  
BLIO  
GRA  
FÍA**

---

## Bibliografía

- *2019-09-17-210847-computación en la nube-comprimido.pdf*. (s. f.). Recuperado 27 de noviembre de 2022, de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-210847-computaci%C3%B3n%20en%20la%20nube-comprimido.pdf>
- Aguilar, L. J. (2009). La Computación en Nube (Cloud Computing): El nuevo paradigma tecnológico para empresas y organizaciones en la Sociedad del Conocimiento. *icade. Revista de la Facultad de Derecho*, 76, Art. 76.
- *Design\_Thinking\_por\_Tim\_Brown\_Septiembre20200226-88457-1bayaa7-libre.pdf*. (s. f.). Recuperado 6 de diciembre de 2022, de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62206916/Design\\_Thinking\\_por\\_Tim\\_Brown\\_Septiembre20200226-88457-1bayaa7-libre.pdf?1582749032=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDesign\\_Thinking\\_por\\_Tim\\_Brown\\_Septiembre.pdf&Expires=1670351253&Signature=H~TsQuLa3jnf9MRt9UOwd~exd1gjzO1mtSS60n3fKZed0EPXkoMw5ueFsO-0s5LbvtyMM~jNqCj5fEeNiBm9MLHVpT9syfnvvlWq5HN1TzGG3reflXsiEABf172kyVlvNS4L2h8RJOLr~cdrfIMkRdw58BjXgJS-bJAg1jAHnE5PDNAZrInKJXWA1jtbSj0NBhqw7QuTskd3J9ThKM-vKRT4GJoBCmAa3PDmuxqFNhIKCCj-wr3b9ogLWyS64OLqQm3wirxlqBySWHckKU6WVga3Ho9D2KgR171V7PrsOgH](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62206916/Design_Thinking_por_Tim_Brown_Septiembre20200226-88457-1bayaa7-libre.pdf?1582749032=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDesign_Thinking_por_Tim_Brown_Septiembre.pdf&Expires=1670351253&Signature=H~TsQuLa3jnf9MRt9UOwd~exd1gjzO1mtSS60n3fKZed0EPXkoMw5ueFsO-0s5LbvtyMM~jNqCj5fEeNiBm9MLHVpT9syfnvvlWq5HN1TzGG3reflXsiEABf172kyVlvNS4L2h8RJOLr~cdrfIMkRdw58BjXgJS-bJAg1jAHnE5PDNAZrInKJXWA1jtbSj0NBhqw7QuTskd3J9ThKM-vKRT4GJoBCmAa3PDmuxqFNhIKCCj-wr3b9ogLWyS64OLqQm3wirxlqBySWHckKU6WVga3Ho9D2KgR171V7PrsOgH)

W8N6Zpe-dh99VZi-guELTZ1-MChZO9mhkKPuWW7Cmg\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- *El departamento creativo de una Agencia de Publicidad—Comunicare*. (2022, enero 26). Comunicare - Agencia de Marketing Online.  
<https://www.comunicare.es/el-departamento-creativo-de-una-agencia-de-publicidad/>
- *Gutiérrez—Almacenamiento en la nube.pdf*. (s. f.-a). Recuperado 30 de noviembre de 2022, de <https://www.acta.es/medios/informes/2018004.pdf>
- *Gutiérrez—Almacenamiento en la nube.pdf*. (s. f.-b). Recuperado 30 de noviembre de 2022, de <https://www.acta.es/medios/informes/2018004.pdf>
- Ogilvy, D. (s. f.). *Confesiones de un Publicitario*. 239.
- Palos-Sanchez, P. (2017). Drivers and Barriers of the Cloud Computing in SMEs: The Position of the European Union. *Harvard Deusto Business Research*, 6, 116-132. <https://doi.org/10.3926/hdbr.125>

---

**GLO  
SA  
RIO**

---

## Glosario

**Ancho de Banda:** en computación de redes y en biotecnología, ancho de banda digital, ancho de banda de red o simplemente ancho de banda es la medida de datos y recursos de comunicación disponible o consumida expresados en bit/s o múltiplos de él como serían los Kbit/s, Mbit/s y Gigabit/s.

**Bajadas de campañas:** es cuando se le presenta al cliente como se miraría una campaña en los diferentes medios visuales.

**Brain storming:** es una herramienta de generación de ideas cuyo objetivo principal es encontrar el mayor número de ideas posible con las que dar respuesta a un reto. La mejor forma de desarrollar un proceso de brainstorming es en equipo.

**BTL:** es el acrónimo de **Below The Line** (también conocido como debajo de la línea), y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico, empleando como principales recursos la creatividad, la sorpresa y el sentido de oportunidad, creando a su vez canales novedosos para comunicar el mensaje deseado.

**Cloud:** conocida también como servicios en la nube, informática en la nube, nube de cómputo o simplemente «la nube», es el uso de una red de servidores remotos

conectados a internet para almacenar, administrar y procesar datos, servidores, bases de datos, redes y software.

**Community Manager:** El responsable/gestor de comunidades de internet, virtuales, digitales, o en línea es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

**Computación en la nube:** es una tecnología que nos permite tener acceso remoto a un sistema, desde cualquier lugar del mundo y en el momento en el que se desee.

**Design Thinking:** es un proceso de innovación, se centra en encontrar ideas innovadoras y soluciones creativas que satisfagan las necesidades humanas. Esto significa que tu equipo está buscando soluciones creativas para problemas hiperespecíficos y complejos.

**Esquema 360:** sirve para medir el desempeño laboral de los empleados tanto cualitativa como cuantitativamente. Es por eso que incluye preguntas sobre comportamientos medibles y numéricos, y otras relacionadas con opiniones.

**Freepik:** es un banco de imágenes con productora propia que ofrece más de 10 millones de recursos gráficos. Entre el contenido visual producido y distribuido por la plataforma online se pueden encontrar fotografías, PSDs, ilustraciones y vectores.

**Hardware:** es el conjunto de componentes físicos de los que está hecho el equipo y software es el conjunto de programas o aplicaciones, instrucciones y reglas informáticas que hacen posible el funcionamiento del equipo

**Híbridas:** es aquella en la que las aplicaciones se ejecutan en una combinación de entornos diferentes.

**Hosting:** El alojamiento web u hospedaje web es el servicio que provee a los usuarios de Internet un espacio de almacenamiento en línea, también conocido como webspace, que permite publicar todo el contenido relacionado con un sitio web.

**IaaS:** infraestructura como servicio es un modelo de entrega de servicios en la nube en el que las empresas cuentan con todos los recursos necesarios para el procesamiento de energía, redes, almacenamiento, redes y otros servicios.

**Insights:** es una sensación o creencia profunda de las personas o consumidores. Esta sensación actúa como freno o como motivación para un comportamiento y es sobre este comportamiento en el que el marketing busca actuar para definir una oferta o construir una estrategia de ventas.

**Interfaz:** se utiliza en informática para nombrar a la conexión funcional entre dos sistemas, programas, dispositivos o componentes de cualquier tipo, que

proporciona una comunicación de distintos niveles, permitiendo el intercambio de información.

**Loop:** son básicamente pequeños vídeos que están muy bien incrustados en la ficha de producto o ficha de perfil de un usuario y que reproducen un pequeño video de forma automática en formato bucle.

**Material POP:** Punto de Compra, podemos saber que un material P.O.P es aquel que impulsa de cierta manera el reconocimiento de una marca para el consumidor.

**Mock-ups:** En la fabricación y el diseño, una maqueta o maqueta es un modelo a escala o de tamaño completo de un diseño o dispositivo, que se utiliza para la enseñanza, demostración, evaluación del diseño, promoción y otros fines.

**Multiplataforma:** se denomina multiplataforma a un atributo conferido a programas informáticos o métodos y conceptos de cómputo que son implementados, y operan internamente en múltiples plataformas informáticas.

**ODT:** es un documento digital o en papel que describe una tarea de mantenimiento y proporciona toda la información necesaria para realizarla, como por ejemplo la localización y las herramientas necesarias.

**Ogilvy:** es una agencia británica de publicidad, marketing y relaciones públicas con sede en la ciudad de Nueva York. Fue fundada en 1850 por Edmund Mather como una agencia con sede en Londres.

**PaaS:** Plataforma como servicio es un modelo de prestación de servicios en la nube, que permite a los desarrolladores y profesionales operativos crear software sobre las plataformas proporcionadas.

**Pautas:** es el resultado final de un proceso por el cual un medio decide ofrecer unas determinadas informaciones a la opinión pública y eliminar otras.

**Pieza madre:** se utiliza como plantilla genérica para todas las piezas de una misma campaña.

**SaaS:** software como servicio es un modelo de prestación de servicios en la nube en el que un proveedor de nube externo aloja una parte del software y el cliente puede acceder a él fácilmente a través de la web.

**Siluetado de imágenes:** es un recurso de postproducción fotográfica que se utiliza con mucha frecuencia en fotografía de eCommerce, sobre todo para prendas o para catálogos.

**Software:** son los programas informáticos que hacen posible la ejecución de tareas específicas dentro de un computador. Por ejemplo, los sistemas operativos, aplicaciones, navegadores web, juegos o programas.

**Teams:** es una aplicación de colaboración creada para el trabajo híbrido para que usted y su equipo estén informados, organizados y conectados, todo en un solo lugar.

**Trello:** es un software de administración de proyectos con interfaz web y con cliente para iOS y android para organizar proyectos.

---

**A**

**NE**

**XOS**

---

## Anexos

### El Gallo más Gallo Honduras

#### Anexo 1: Contenido lúdico



Imagen 1. Arte para interacción con el público.



Imagen 8. Arte de BlackGallo Mundialista.



Imagen 9. Arte de interacción con el público.



Imagen 10. Arte de Gallo Beneficios de la parrilla portátil.



Imagen 11. Portada para carrusel de 5 tips para aprovechar el aguinaldo.



Imagen 12. Arte para conmemorar el día mundial de la televisión.

## Anexo 2: Pantallas para animación

**SAMSUNG** \*APLICAN RESTRICCIONES

**SMART TV UHD AK  
UN65AU7000PXA**

**65"**

171709

Popular on Netflix

NETFLIX prime video apple tv Spotify YouTube SmartThings Disney+ ESTADO

**PRECIAZO  
L17,495**  
NORMAL L24,699

CUOTA  
QUINCENAL  
**L456**

**AHORRA  
L7,200**

**El Gallo más Gallo.**  
¡Compare y compruebe!

Imagen 13. Patalla de Black Gallo Mundialista para animación.

**HONOR** \*APLICAN RESTRICCIONES

**HONOR X8**

**6.7"**

176543

128 GB  
6 GB  
64+5  
+2+2/  
16 MP

**PRECIAZO  
L6,995**  
NORMAL L8,299

CUOTA  
QUINCENAL  
**L217**

**AHORRA  
L1,300**

**MODELO  
NUEVO**

**El Gallo más Gallo.**  
¡Compare y compruebe!

Imagen 14. Patalla de Black Gallo Mundialista para animación.

**Facenco**  
La cama de tus sueños

\*APLICAN RESTRICCIONES

## CAMA LUXOR DOBLE CONFORT QUEEN

155491

**Preciado**  
**L9,995**  
NORMAL L12,799

**CUOTA QUINCENAL**  
**L264**

**Ahorra**  
**L2,800**

**El Gallo más Gallo.**  
¡Compare y compruebe!

 A promotional advertisement for a Facenco bed. The background is a dark red with green pine branches and orange bokeh lights. On the left is a blue and white mattress on a dark blue frame. To the right of the bed are several promotional graphics: a price tag showing a discount from L12,799 to L9,995, a green circular badge for a weekly installment of L264, and a red and yellow badge showing a savings of L2,800. The Facenco logo is in the top left, and the El Gallo más Gallo logo is in the bottom right.

Imagen 15. Patalla de Navidad para animación.

**LG**  
Life's Good

\*APLICAN RESTRICCIONES

## MINICOMPONENTE RN9

166385

1,800W

Bluetooth  
USB  
AUX

**Preciado**  
**L10,495**  
NORMAL L15,299

**CUOTA QUINCENAL**  
**L284**

**Ahorra**  
**L4,800**

**El Gallo más Gallo.**  
¡Compare y compruebe!

 A promotional advertisement for an LG Minicomponente RN9 speaker. The background is a dark red with green pine branches and orange bokeh lights. On the left is a black speaker with two drivers. To the right of the speaker are several promotional graphics: a price tag showing a discount from L15,299 to L10,495, a green circular badge for a weekly installment of L284, and a red and yellow badge showing a savings of L4,800. The LG logo is in the top left, and the El Gallo más Gallo logo is in the bottom right.

Imagen 16. Patalla de Navidad para animación.

### Anexo 3: Bajadas de Campañas



Imagen 17. Mock-up para bajada de la campaña de nuevo.



Imagen 18. Banner Web para bajada de la camapaña de año nuevo.

## Anexo 4: Asesor en vivo



Imagen 19. Arte de Mosaico para asesor en vivo de Gallo más Gallo.



Imagen 20. Arte de asesor en vivo.

**TU ASESOR  
EN VIVO**

**JUNTO A UN 5%  
DE DESCUENTO + ENVÍOS GRATIS**

EXCLUSIVO EN  
[www.elgallomasgallo.com.hn](http://www.elgallomasgallo.com.hn)

Aplican Restricciones, envío gratis a Tegucigalpa y SPS.

El Gallo más Gallo.  
Compras y entregas.

Imagen 21. Arte de 5% de descuento al contactarte con el asesor en vivo.

**DA CLIC  
Y CONÉCTATE CON  
TU ASESOR  
EN VIVO**

EXCLUSIVO EN  
[www.elgallomasgallo.com.hn](http://www.elgallomasgallo.com.hn)

El Gallo más Gallo.  
Compras y entregas.

Imagen 22. Arte de como conectarte con tu asesor en vivo desde la página web.

Aplican Restricciones.

# ENVÍO A DOMICILIO

COMPRÁ **ONLINE** Y DISFRUTÁ DE **LOS BENEFICIOS**

EXCLUSIVO EN [www.elgallomasgallo.com.hn](http://www.elgallomasgallo.com.hn)

El Gallo más Gallo.  
Compras y entregas.

The advertisement features a blue background with a large yellow circle at the top. Inside the circle, the text 'ENVÍO A DOMICILIO' is written in white and red. Below the circle is a white delivery truck with a blue box on top, and three cardboard boxes. The text 'COMPRÁ ONLINE Y DISFRUTÁ DE LOS BENEFICIOS' is written in white and yellow. At the bottom, there is a yellow button with the text 'EXCLUSIVO EN www.elgallomasgallo.com.hn' and a mouse cursor icon. The El Gallo más Gallo logo is in the bottom right corner.

Imagen 23. Arte de los beneficiós de comprar online.

Anexo 5: Pautas de Prensa

# ¡A PROVECHÁ ESTOS PRECIAZOS!



## BLACK GALLO MUNDIALISTA

**TELSTAR** TV LED ISOBT BAS TTL032280KK

32" EL MÁS ECONÓMICO

PRECIAZO **L2,995**  
NORMAL L. 6.599

CUOTA QUINCENAL **L86**

**AHORRA 55% DESCUENTO**

**SAMSUNG GALAXY A03**



PRECIAZO **L3,695**  
NORMAL L. 6.999

CUOTA QUINCENAL **L114**

**AHORRA L1,400**

**+ BONO L400**

**SAMSUNG GALAXY A22**



PRECIAZO **L4,695**  
NORMAL L. 7.599

CUOTA QUINCENAL **L151**

**AHORRA L2,900**

**SAMSUNG SMART TV UHD 4K UN65AU7000PXP**



PRECIAZO **L17,495**  
NORMAL L. 24.999

CUOTA QUINCENAL **L456**

**AHORRA L7,200**

**FRIGIDAIRE REFRIGERADORA SEMIAUTOMÁTICA**



PRECIAZO **L7,295**  
NORMAL L. 9.999

CUOTA QUINCENAL **L192**

**AHORRA L1,700**

**FRIGIDAIRE LAVADORA AUTOMÁTICA**



PRECIAZO **L9,995**  
NORMAL L. 12.999

CUOTA QUINCENAL **L271**

**AHORRA L3,000**

**Camac Comfortex CAMA AQUA PLUS QUEEN**



PRECIAZO **L4,795**  
NORMAL L. 6.599

CUOTA QUINCENAL **L126**

**AHORRA L1,800**

LA CAMA QUEEN MÁS ECONÓMICA DEL MERCADO

**SERPENT MOTO FRIDAY ¡MUNDIALISTA!**



RECIBI GRATIS CASCO

**MENSAJERA TAYPAN 150 CC**



SUPERPRECIO **L22,995**  
ANTES L. 26.999

CUOTA QUINCENAL **L572**

**AHORRA L4,000**

**PARTICIPÁ EN EL SORTEO DE COMBOS MUNDIALISTAS**



**POR COMPRAS DE L10,000 EN ADELANTE AL CRÉDITO o CONTADO**



**El Gallo más Gallo**

¡Compare y compruebe!®

Imagen 24. Pauta de La Prensa para le 24 de Noviembre.

# ¡A PROVECHÁ ESTOS PRECIAZOS!



## BLACK GALLO MUNDIALISTA

**aiwa TV LED SMART 4K AW50B4KFG**

50"

**REGALO**  
CABLE HDMI (3M)



PRECIAZO **L9,495** CUOTA QUINCENAL **L259** AHORRA **L4,800**  
NORMAL L 14,299

**SAMSUNG GALAXY A33**



PRECIAZO **L8,795** CUOTA QUINCENAL **L268** AHORRA **L2,500**  
NORMAL L 11,299

**HONOR X7**



PRECIAZO **L4,595** CUOTA QUINCENAL **L143** AHORRA **L1,600**  
NORMAL L 6,199

**RCA TV LED SMART HD RC40F235SM**

40"



PRECIAZO **L5,995** CUOTA QUINCENAL **L173** AHORRA **40% DESCUENTO**  
NORMAL L 10,599

**mabe REFRIGERADORA SEMIAUTOMÁTICA**



PRECIAZO **L7,895** CUOTA QUINCENAL **L210** AHORRA **L2,100**  
NORMAL L 9,999

**FRIGIDAIRE LAVADORA AUTOMÁTICA**



PRECIAZO **L12,995** CUOTA QUINCENAL **L345** AHORRA **L2,000**  
NORMAL L 14,999

**OLYMPIA CAMA ARCOIRIS MATRIMONIAL**



PRECIAZO **L3,495** CUOTA QUINCENAL **L91** AHORRA **L1,300**  
NORMAL L 4,799

**SERPENTO MOTO FRIDAY ¡MUNDIALISTA!**



RECIBI GRATIS CASCO BALÓN

**DEPORTIVA KRAIT 150 CC**



SUPERPRECIO **L33,495** CUOTA QUINCENAL **L822** AHORRA **L2,500**

PARTICIPÁ

EN EL SORTEO DE COMBOS MUNDIALISTAS



POR COMPRAS DE **L10,000**

EN ADELANTE AL CRÉDITO o CONTADO



iCompare y compruebe!®

Imagen 25. Pauta de La Prensa para el 28 de Noviembre.

Anexo 5: Pautas de Heraldo

# ¡APROVECHÁ ESTOS PRECIAZOS!

**BLACK GALLO MUNDIALISTA**

**SAMSUNG SMART TV CRYSTAL UHD 4K**  
UN55AU8000SMART

PRECIAZO **L\$18,995**  
NORMAL L\$10,999

CUOTA QUINCENAL **L\$493**

**AHORRA L\$2,000**

**LG TV LED SMART**  
43LM6370PSB

PRECIAZO **L\$8,495**  
NORMAL L\$10,999

CUOTA QUINCENAL **L\$234**

**AHORRA L\$2,500**

**realme c30**

PRECIAZO **L\$2,795**  
NORMAL L\$ 3,799

CUOTA QUINCENAL **L\$88**

**AHORRA 25% DESCUENTO**

**mabe REFRIGERADORA AUTOMÁTICA**  
14 CF

PRECIAZO **L\$13,995**  
NORMAL L\$10,999

CUOTA QUINCENAL **L\$370**

**AHORRA L\$5,000**

**FRIGIDAIRE ESTUFA ELÉCTRICA**  
30"

PRECIAZO **L\$14,995**  
NORMAL L\$10,999

CUOTA QUINCENAL **L\$394**

**AHORRA L\$6,000**

**Capri CAMA EXCLUSIVA MATRIMONIAL**

PRECIAZO **L\$6,295**  
NORMAL L\$8,599

CUOTA QUINCENAL **L\$165**

**AHORRA L\$2,300**

**SERPENCO MOTO FRIDAY**  
¡MUNDIALISTA!

PRECIAZO **L\$24,995**  
NORMAL L\$29,999

CUOTA QUINCENAL **L\$619**

**AHORRA L\$5,000**

REGALO GRATIS CASCO BALÓN

**PARTICIPÁ EN EL SORTEO DE COMBOS MUNDIALISTAS**

**POR COMPRAS DE L\$10,000 EN ADELANTE AL CRÉDITO • CONTADO**

**El Gallo más Gallo.**

¡Compare y compruebe!®

Imagen 26. Pauta del Heraldo para el 24 de Noviembre.

# ¡A PROVECHÁ ESTOS PRECIAZOS!





**HUAWEI NOVA 9SE**

**PRECIAZO**  
L7,995  
NORMAL L11,699

**CUOTA QUINCENAL**  
**L251**

**AHORRA**  
**L3,700**

128 GB 8 GB 8+2+2 / 16 MP

**SAMSUNG TV LED SMART UHD**  
UN65AU7000PXA



**PRECIAZO**  
L17,495  
NORMAL L24,699

**CUOTA QUINCENAL**  
**L456**

**AHORRA**  
**L7,200**

**LG TV LED SMART 4k**  
55UQ7500PSF



**PRECIAZO**  
L12,995  
NORMAL L17,999

**CUOTA QUINCENAL**  
**L345**

**AHORRA**  
**L5,000**

**SAMSUNG GALAXY A22**



**PRECIAZO**  
L4,695  
NORMAL L7,599

**CUOTA QUINCENAL**  
**L151**

**AHORRA**  
**L2,900**

**LG REFRIGERADORA AUTOMÁTICA**  
9 CF



**PRECIAZO**  
L13,995  
NORMAL L19,999

**CUOTA QUINCENAL**  
**L370**

**AHORRA**  
**L5,000**

**GE ESTUFA ELÉCTRICA**  
30"



**PRECIAZO**  
L16,395  
NORMAL L21,799

**CUOTA QUINCENAL**  
**L429**

**AHORRA**  
**L5,400**

**Facenco CAMA OASIS DOBLE CONFORT MATRIMONIAL**



**PRECIAZO**  
L7,295  
NORMAL L10,499

**CUOTA QUINCENAL**  
**L192**

**AHORRA**  
**L2,300**

**SERPENTO MOTO FRIDAY ¡MUNDIALISTA!**



**RECIBÍ GRATIS** CASCO + BALÓN

**DEPORTIVA TRAXX 200 CC**



**SUPERPRECIO**  
L38,995  
ANTES: L 41,999

**CUOTA QUINCENAL**  
L953

**AHORRA**  
**L3,000**

**PARTICIPÁ EN EL SORTEO DE COMBOS MUNDIALISTAS**

**POR COMPRAS DE L10,000 EN ADELANTE AL CRÉDITO o CONTADO**



**El Gallo más Gallo.**

**¡Compare y compruebe!®**

Imagen 27. Pauta del Heraldo para el 28 de Noviembre.

## El Gallo más Gallo Honduras

### Anexo 7: Contenido lúdico



Imagen 28. Arte de reacción para interacción con el público.



Imagen 29. Arte de interacción con el público.



Imagen 30. Arte para conmemoración el día de la sonrisa.



Imagen 31. Arte para conmemorar el día de la música.



Imagen 2. Arte para conmemorar el día internacional del chef.



Imagen 3. Arte de receta para hacer paletas de piña y coco.

## Anexo 8: Bajadas de campaña



Imagen 32. Mock-up de bajada para BlackGallo Mundialista.



Imagen 33. Banner web para bajada de la campaña BlackGallo Mundialista.

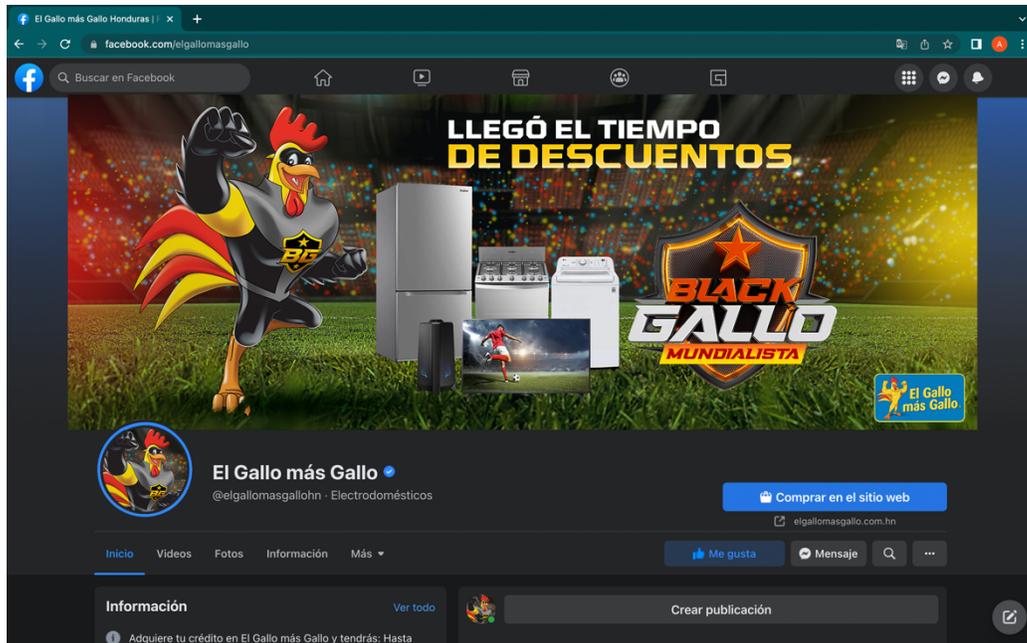


Imagen 34. . Bajada para Facebook de BlackGallo Mundialista.

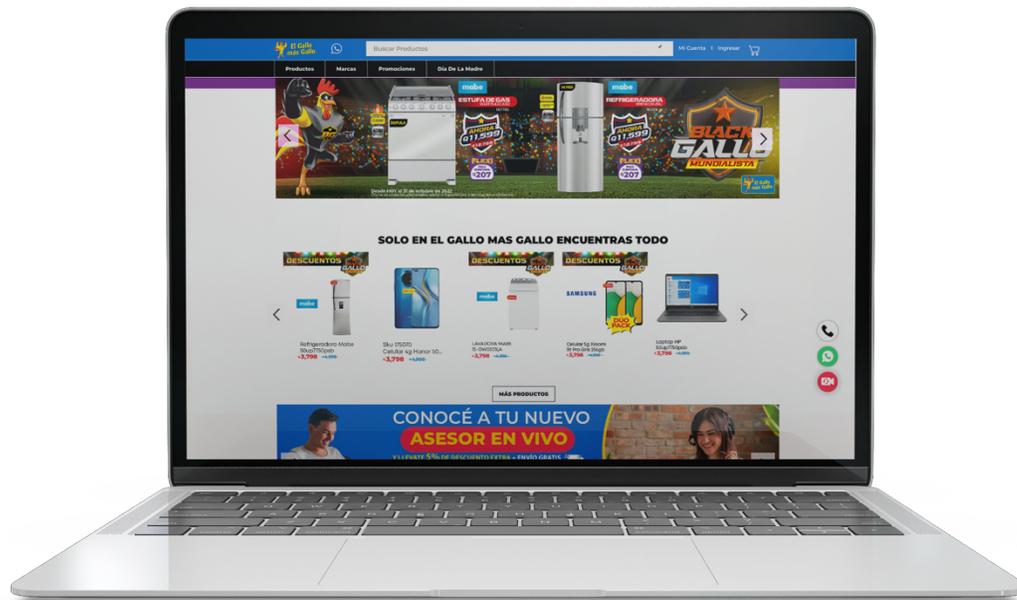


Imagen 4. Mock-up de la página web de Gallo más Gallo Guatemala.

## Serpento

### Anexo 9: Contenido lúdico



Imagen 35. Arte para conmemorar el día de la música.



Imagen 36. Arte para promocionar la moto Defender.

Aplicación de Rendimiento

# Explorá SIN LÍMITES

**KRAIT 150CC**

**Súper Precio**

**L.32,995**

ANTES L.35,999

CUOTA QUINCENAL

**L.810**

**Ahorá + L.3,000**

RECIBI GRATIS CASCO + BALÓN

**SERPENTO**  
¡LA MOTO MÁS VENDIDA DE CENTROAMÉRICA!

Imagen 37. Arte para promocionar la moto Krait.

**FALTAN**

# 27

**DÍAS PARA NAVIDAD**

**SERPENTO**  
¡LA MOTO MÁS VENDIDA DE CENTROAMÉRICA!

Imagen 38. Arte de conteo para navidad.

**AHORRO**  
SOBRE RUEDAS

**BOR SPORT**  
800W

**SUPER PRECIO**  
L22,995  
ANTES: L27,999

**CUOTA QUINCENAL**  
L548

**AHORRA**  
L5,000

DISTRIBUIDOR  
AUTORIZADO

El Gallo  
más Gallo

Imagen 39. Arte para promoción de la moto Bor Sport.

Pocos saben  
lo que es bueno **DESDE PEQUEÑOS**

**SERPENTO**  
LA MOTO MÁS VENDIDA DE CENTROAMÉRICA!

Imagen 40. Arte de mantenimiento.

¿PENSANDO EN UNA  
**MOTO DE TRABAJO?**

\*Aplican restricciones

**KAIZA**  
**150 CC**

RECIBI GRATIS CASCO + MANGAS

AHORA  
**L 24,995**  
ANTES : L 29,999

CUOTA QUINCENAL  
**L 623**

AHORRA  
**L 5,000**

COLORES DISPONIBLES

**SERPENTC**  
LA MOTO MAS VENDIDA DE CENTROAMERICA

Imagen 41. Arte de promoción de la moto Kaiza.

LA AUTOMÁTICA  
Y JUVENIL NAVI 110

RECIBI GRATIS CASCO

HONDA NAVI  
110 CC

SÚPER PRECIO  
**L 36,445** | CUOTA QUINCENAL  
**L 892** | **L 3,500**

**SERPENTC**  
LA MOTO MAS VENDIDA DE CENTROAMERICA

Imagen 42. Arte de promoción de la moto Honda Navi.

**TresValle**

**Anexo 10: Contenido lúdico**



*Imagen 43. Arte para conmemorar el día internacional contra el cáncer de mama.*



*Imagen 44. Arte de 29 aniversario de TresValles.*

## Chumbagua

### Anexo 11: Contenido lúdico



Imagen 45. Arte para conmemorar el día de la raza.

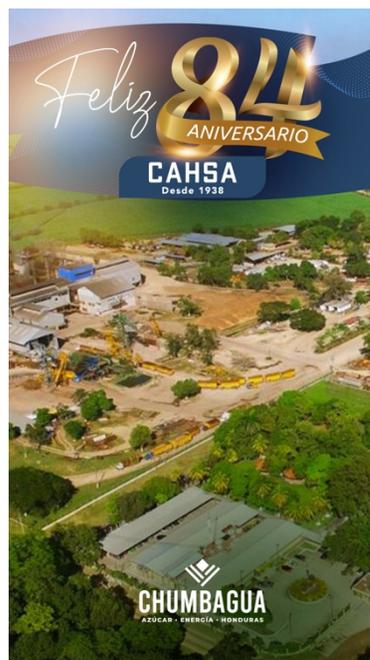


Imagen 46. Story para aniversario de 84 años de CAHSA.



Imagen 48. Arte de mantenimiento de la marca.



Imagen 47. Arte de celebración de los logros obtenidos.

## Agromoney

### Anexo 12: Contenido lúdico



Imagen 50. Arte de promoción de productos agrícolas.



Imagen 49. Arte de mantenimiento de la marca.



Imagen 52. Arte de mantenimiento de la marca.



Imagen 51. Arte para conmemorar el día internacional contra el cáncer.

**ASEGURA  
UNA BUENA COSECHA  
CON LA FERTILIZACIÓN**

**Fastrac  
Maiz**

Fertilizante al Suelo  
Mezcla Física

Liberación Lenta

Composición Química Ngr%

Nitrogeno	20%
Fósforo	10%
Calcio	10%
Magnesio	10%
Azufre	2%
Boro	0.1%
Sodio	0.1%
Silicio	0.1%

Cadelga

Agro Money  
Crédito de Cadelga

Grupo  
Cadelga

Financiamiento de  
Equipo Agrícola  
e Insumos  
Para Asistir sus Cultivos

Imagen 54. Arte de promoción de productos agrícolas.

**ACCIONES QUE DEBES TENER  
EN CUENTA EN  
TIEMPO DE  
LLUVIA**

Monitorear los cultivos  
para evidenciar síntomas  
de plagas o enfermedades

Agro Money  
Crédito de Cadelga

Grupo  
Cadelga

Financiamiento de  
Equipo Agrícola  
e Insumos  
Para Asistir sus Cultivos

Imagen 53. Arte de acciones que se debe tener cuando llueve.



Imagen 55. Arte para que los sigan en Twitter.

## Anexo 13: Bitácora semanal

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc.	Observaciones o comentarios
4	2 de Noviembre	1. Para Gallo más Gallo Guatemala se creó 4 adaptaciones de pantallas con medidas de portada de Facebook. 2. Se creó para Gallo más Gallo Honduras un cintillo para TV con uso de la línea grafica de Black Gallo Mundialista. 3. Se hicieron corrección de Artes ya aprobado de la marca Serpento de las 3 motos que ellos distribuyen, el cliente hizo modificaciones.	8 hrs	1. Diana Hernández 2. Mario Sierra 3. Heidy Handal	1. Aprobado 2. Aprobado 3. Aprobado	Le gustaron los artes realizados.
	3 de Noviembre	1. Se me solicitó como parte de la campaña de Black Gallo Mundialista hacer una modificación de una camisa y montándola en un mockup para el cliente. 2. Como parte de la campaña de Black Gallo Mundialista se me solicitó crear 3 pantallas para su animación las cuales se le colocaron lo que fue el producto solicitado con sus respectivos precios. 3. Se me solicitó también crear un cintillo para TV usando los elementos utilizados en la pieza madre de la campaña.	8 hrs	1. Mario Sierra 2. Mario Sierra 3. Mario Sierra	1. Aprobado 2. Aprobado 3. Aprobado	Le gustaron los artes realizados.
	4 de Noviembre	1. Se me solicitó hacer 2 pantallas más para animación para anuncio publicitario colocando los productos solicitados y con sus respectivos precios. 2. Para la campaña Black Gallo Mundialista se me asignó la creación de otras dos pantallas, una sobre el super héroe está de regreso con el grafismo de la campaña en la parte de atrás del texto con filtro negro y otra con el grafismo en todos sus colores. 3. Se me pidieron correcciones de unos de los artes del 31 de octubre, corrigiendo precios de unas de las motos que Serpento distribuye fue un cambio después de su aprobación.	8 hrs	1. Mario Sierra 2. Mario Sierra 3. Heidy Handal	1. Aprobado 2. Aprobado 3. Aprobado	Le gustaron los artes realizados.
	7 de Octubre	1. Para el lúdico del mes de noviembre se me solicitó lo que fueron 5 artes. 2. Como parte de la campaña de Black Gallo Mundialista se crearon los que fueron dos versiones de pantallas para anuncios animados con 2 pantallas cada versión. 3. Para la campaña Cyber Gallo se solicitó crear un retail de productos se comenzó a trabajar en ello con 5 artes.	8 hrs	1. Heidy Handal 2. Mario Sierra 3. Mario Sierra	1. Aprobado 2. Aprobado 3. Aprobado	Le gustaron los artes realizados.
	8 de Octubre	1. Para la campaña de Black Gallo se me solicitó hacer otra versión la cual contaba con 2 pantallas para su animación. 2. Se continuó con los artes de Cyber Gallo en esta ocasión se realizaron lo que fueron 6 artes. 3. Se creó para la campaña de Black Gallo Mundialista una ruleta siguiendo la línea grafica de la campaña.	8 hrs	1. Mario Sierra 2. Mario Sierra 3. Mario Sierra	1. Aprobado 2. Aprobado 3. Aprobado	Le gustaron los artes realizados.

Imagen 56. Bitácora Semana#1 - 10 Hanzell Serrano



Escuela de  
Arte & Diseño



| unitec<sup>®</sup>