

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
PIXDEA**

SUSTENTADO POR:

HILEN ELIAN PADILLA VILLEDA

11811231

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y
EMPRENDIMIENTO**

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C. A.

SEPTIEMBRE, 2022

DEDICATORIA

Dedico especialmente a las personas que han sido pilares en mi carrera universitaria, a pesar de las adversidades han estado conmigo incondicionalmente, mi madre Maribel Villeda, mi padre José Antonio Padilla, mis hermanos Ansel. Engel, Claritza y Jafet por haber sido parte de todo el proceso de inicio a fin y a Jose Midence por acompañarme en el proceso desde el principio hasta ahora, a cada una de estas personas le agradezco y les dedico cada esfuerzo que he realizado durante mi carrera universitaria, sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

Quiero agradecer a todos mis maestros que me han ayudado a formarme durante toda mi carrera universitaria y agradezco especialmente a mis compañeros del Coro y Orquesta de UNITEC y al Lic. Hector Soto por ser la persona que acompañó desde que obtuve mi beca artística, gracias por sus conocimientos musicales y personales compartidos a mi persona. Agradezco a la Lic. Elsa Velásquez y Ana Lacayo por su asesoría académica durante estos cuatro años y cariño hacia mi persona y agradezco a la Ing. Denia David por su acompañamiento en el proceso de creación de mi emprendimiento y cariño hacia mi persona, muchas gracias a todos.

- Hilén Padilla

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Pixdea por la oportunidad de aprender con ellos, conocer de nuevas tecnologías y formarme en el área de desarrollo de negocios, ha sido de mucho aprendizaje esta experiencia, sobre todo gracias quiero agradecer a Xavier Rubio por brindarme la oportunidad de trabajar en Costa Rica de forma presencial y aprender de su persona, a María Pacheco y Zohar Rodríguez por sus conocimientos compartidos en departamento de desarrollo de negocios durante mi práctica profesional, definitivamente esta experiencia ha sido de mucho valor para mi formación profesional y estoy segura que me ayudará durante mi carrera profesional todos los conocimientos adquiridos.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO IV

INTRODUCCIÓN..... V

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA 1

1.1 Objetivos 1

1.1.1 Objetivo General 1

1.1.2 Objetivos específicos 1

1.2 Datos generales de la empresa 1

1.2.1 Reseña histórica 1

1.2.2 Misión 2

1.2.3 Visión 2

1.2.4 Valores 3

1.2.5 Productos y servicios 3

1.2.6 Organigrama de la empresa 4

1.2.7 Departamento donde se realizó la práctica 4

1.2.8 Identificación del problema 4

1.2.9 Matriz Foda 5

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN 6

2.1 Actividades realizadas 6

2.1.1 Plan de lanzamiento de Pixdea Academy 6

2.1.2 Construir propuesta de valor para Pixdea Academy 6

2.1.3 Aplicar una estrategia de mercadeo en medios de comunicación 7

2.1.4 Preparar calendarización de giras educativas en Costa Rica 8

2.1.5	Definir plan de Relaciones públicas Pixdea Academy	9
2.1.6	Preparar calendarización de marketing digital.....	10
2.1.7	Proponer un plan de marca personal para Xavier Rubio	10
2.1.8	Aplicar el seguimiento de prospección de clientes	10
2.1.9	Realizar giras en medios de comunicación.....	11
2.1.10	Preparar sección de preguntas y respuestas para Pixdea Academy	12
2.1.11	Realizar giras educativas en Costa Rica	12
CAPITULO III: IDENTIFICACION DE PROPUESTAS E IMPACTO DESEABLE		13
3.1	Análisis de la situación actual.....	13
3.1.1	Propuestas de mejora de procesos productivos de PIXDEA	14
3.1.2	Propuesta de mejora seleccionada	18
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		20
4.1	Conclusiones.....	20
4.2	Recomendaciones	21
BIBLIOGRAFÍA.....		22
GLOSARIO		24
ANEXOS.....		26

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Organigrama de la empresa (PIXDEA, 2021)	4
Ilustración 2 Identificación de problemas, Fuente: Elaboración Propia	5

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Base de datos de medios de comunicación, Fuente: Elaboración Propia	7
Tabla 2 Calendario de giras educativas en Costa Rica	9
Tabla 3 Área de mejora #1 (NOTION, n.d.)	14
Tabla 4 Área de mejora #2 (Planable, 2022)	15
Tabla 5 Área de mejora #3, Fuente: Elaboración Propia	16
Tabla 6 Impacto de la propuesta de mejora	17
Tabla 7 Cronograma de actividades de implementación de nuevas herramientas.....	18
Tabla 8 Tabla de medición de impacto, Fuente: Propia.....	19

RESUMEN EJECUTIVO

PIXDEA es una empresa tecnológica que brinda soluciones para formaciones en realidad virtual, actualmente cuenta con cuatro diferentes líneas de negocio dirigiéndose a escuelas, empresas, inmobiliarias y su plataforma e-learning. Actualmente PIXDEA tiene su equipo de trabajo en Honduras, Colombia y Costa Rica

Durante la inducción a PIXDEA se identificaron diferentes oportunidades de mejora, como la gestión de control interno operativo, estrategia de posicionamiento de marca, estrategia de marketing y la existencia de tareas repetitivas.

Siendo las principales tareas la búsqueda de soluciones a estas oportunidades, en donde se incentivó al equipo de trabajo implementar distintas soluciones tecnológicas para el control y seguimiento de actividades para equipos de trabajo remoto, el uso de herramientas de calendarización y seguimiento de marketing digital, así como herramientas de automatización de tareas repetitivas del día a día, apoyando a los equipos a poderse desarrollar en áreas que aporten mayor valor.

Estas soluciones fueron seleccionadas con el fin de obtener indicadores de rendimiento en las diferentes áreas que se implementaron y poder visualizar futuras oportunidades de mejora, brindándole a la empresa un mejor seguimiento de clientes prospectados, mejor control interno de los equipos de trabajo y un mejor posicionamiento de la marca a nivel nacional e internacional.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe se refleja cada una de las actividades realizadas durante periodo de práctica profesional en la empresa PIXDEA con sede en Tegucigalpa y San José Costa Rica. Más allá de ser un requisito de graduación este informe detalla el cómo se pudieron poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración Industrial y Emprendimiento en el departamento de desarrollo de negocios, donde se gestionan todas las líneas de negocio de la empresa. En el primer capítulo se detallan todas las generalidades de la empresa donde podemos observar su trayectoria, valores institucionales y visión y misión de la misma. En el segundo capítulo detalla todas las actividades realizadas con el fin de cumplir los objetivos esperados y lograr cumplir con las necesidades de la empresa. En el tercer capítulo detalla la propuesta de mejora en base a la mejora de la productividad con el fin de hacer procesos internos más eficientes, las empresas tecnológicas en muchas ocasiones se preocupan por brindar soluciones a los demás, pero no se preocupan por brindar soluciones internas, es por eso que las propuestas de mejora son basadas en el mejoramiento de la productividad de los procesos internos de PIXDEA.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de acción para las unidades de negocio de PIXDEA ACADEMY y PIXMA, a través de la reestructuración del plan de marketing, prospección de clientes e imagen corporativa.

1.1.2 Objetivos específicos

- a. Diseñar propuesta de valor y plan de Marketing para PIXDEA ACADEMY.
- b. Determinar un plan de acción para la renovación de la imagen corporativa de PIXDEA.
- c. Mejorar el plan de prospección de clientes para PIXDEA.
- d. Proponer la adquisición de herramientas para la mejora de procesos internos.

1.2 Datos generales de la empresa

1.2.1 Reseña histórica

PIXDEA es una Startup tecnológica creada por el hondureño Xavier Rubio en 2017. Xavier, Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales ya tenía experiencia emprendiendo en diversos sectores, como la publicidad, gastronomía y servicios industriales, sin embargo, él se muda a Costa Rica en donde comienza a trabajar en una empresa de tecnología en la dirección de mercadeo. Xavier, admirado de las innovaciones que estaban surgiendo en la industria, tuvo la idea de crear una empresa que involucrara esta tecnología

inmersiva en el sector educativo de Costa Rica y Honduras, para mejorar el aprendizaje de los jóvenes centroamericanos. Por lo que, en 2016, Xavier renuncia a su empleo y se dedica a PIXDEA, el cual al inicio tuvo 3 modelos de negocio diferentes hasta llegar al actual de realidad virtual.

PIXDEA inicia en 2016 como un estudio creativo y luego en 2017 decide incursionar en realidad virtual para el área de inmobiliaria. Esto represento un negocio rentable pero no escalable y lejos de la visión inicial del desarrollo de aplicaciones de educación, es por esto que en 2019 deciden migrar al área educativa y dedicarse a crear experiencias educativas que no solo son escalables, sino que tienen un impacto positivo en la sociedad, el de transformar la educación en la región centroamericana y volverla entretenida e immersiva. (Pixdea, 2022)

1.2.2 Misión

PIXDEA tiene el objetivo de transformar la educación tradicional en un modelo efectivo y práctico basado en experiencias poderosas utilizando contenido educativo en realidad virtual, el cual acelera el aprendizaje en un 90% en comparación a metodologías tradicionales además de asegurar el compromiso y deseo de los estudiantes por aprender.

1.2.3 Visión

A mediano plazo, la visión de PIXDEA es instalar el primer centro de producción de este tipo de tecnología en Honduras y que a medida que se desarrolle más contenido, se publicará la primera plataforma educativa de realidad virtual self-service donde las escuelas de todo el mundo y sus estudiantes podrán acceder a su contenido y al de otros desarrolladores, un contenido local e internacional disponible en diferentes idiomas. Serán como el Netflix de la educación en realidad virtual. (Pixdea, 2022)

1.2.4 Valores

- Respeto
- Innovación
- Iniciativa
- Trabajo en equipo
- Lealtad
- Creatividad
- Responsabilidad
- Calidad de servicios
- Excelencia
- Compromiso

1.2.5 Productos y servicios

- Pixma
- Aulas de realidad virtual
- Giras educativas en realidad virtual
- Pixdea Academy

1.2.6 Organigrama de la empresa

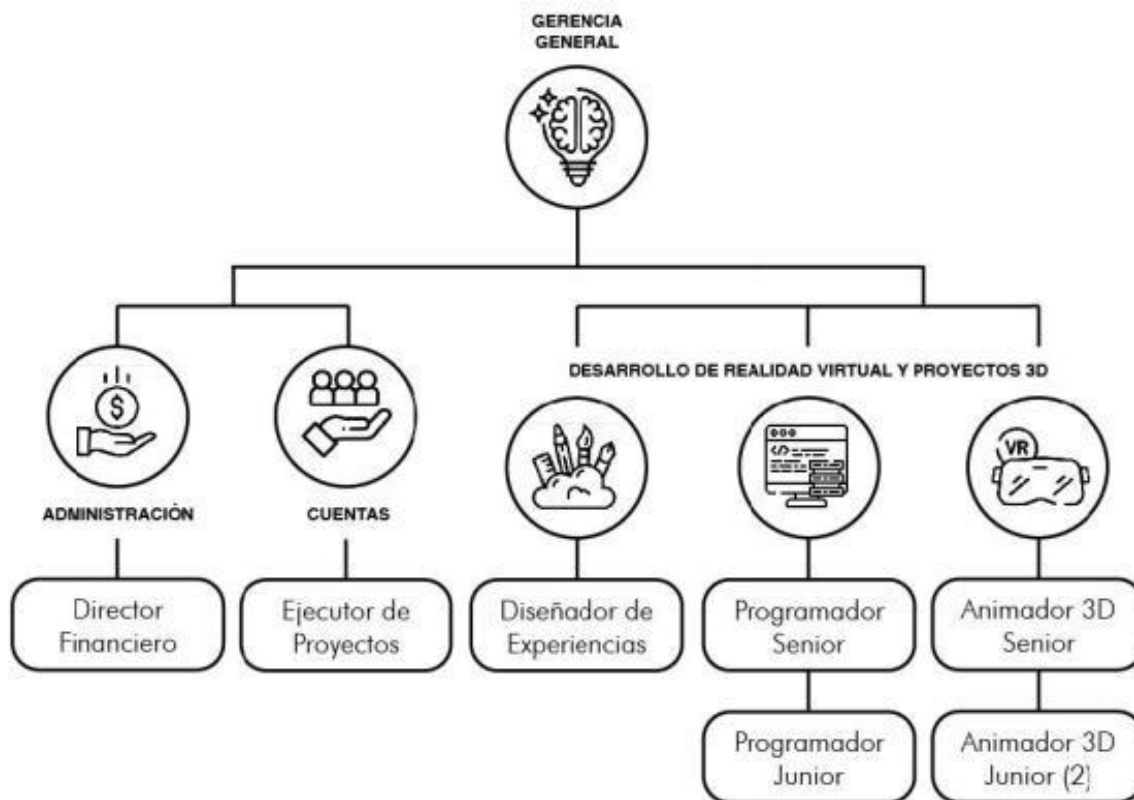


Ilustración 1 Organigrama de la empresa (PIXDEA, 2021)

1.2.7 Departamento donde se realizó la práctica

Se realizó la práctica profesional en el departamento de Business Development el cual tiene como objetivo la prospección de clientes y el desarrollo de las nuevas unidades de negocio o mejorar las unidades ya existentes, actualmente el departamento cuenta con 3 empleados.

1.2.8 Identificación del problema

Las empresas tecnológicas en Latinoamérica tienden a emigrar ya sea a Estados Unidos o Europa con el fin de desarrollarse y cumplir sus objetivos, esto debido a que existe un bajo consumo de servicios tecnológicos a nivel latinoamericano, es por eso que empresas

como Pixdea siendo una empresa de experiencias en realidad virtual obtienen una baja captación de clientes debido a diferentes situaciones que están desfavoreciendo a su crecimiento como carencias en sus procesos de ventas, no existe una definición clara de los puestos de trabajo y deficiencias en sus campañas de mercadeo y redes sociales, considerando cada uno de estos problemas se establecieron diferentes soluciones con el fin de obtener mayor cantidad de clientes para mejorar las utilidades de la empresa y promocionar de forma exitosa Pixdea Academy,

El método de investigación utilizado fue la Observación, en donde objetivo principal es observar de cerca el objeto de estudio, a fin de recopilar la mayor cantidad de información y registrarla para luego aplicar el análisis. (Publicador Aliat, 2021)

1.2.9 Matriz Foda



Ilustración 2 Identificación de problemas, Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

2.1 Actividades realizadas

2.1.1 Plan de lanzamiento de Pixdea Academy

Elaboración de un plan donde se establecen puntos clave para ejecutar el lanzamiento exitoso de Pixdea Academy como: La propuesta de valor que nos ayudó a definir mensajes claves para poder vender la plataforma de la manera adecuada y utilizar esos mensajes claves para el sitio web y su campaña de redes sociales, el plan de relaciones públicas con su cronograma de actividades a realizar ayudan a tener metas claras sobre a quiénes se quiere llegar y como educar a la población en general en temas de la realidad virtual y metaverso.

(Ver Anexo 1)

2.1.2 Construir propuesta de valor para Pixdea Academy

Los pitches de ventas son presentaciones de un producto o servicio de manera rápida y concisa que aporta a que las ventas sean más efectivas. La elaboración del Pitch de ventas de Pixdea Academy cada mensaje menciona los puntos que agregan valor, importantes y de forma rápida para poder captar la atención de los clientes, identificar las diez razones de compra de la suscripción de los posibles clientes como mejorar la calidad de vida obteniendo estas competencias, poder trabajar desde cualquier lugar del mundo, trabajar en una industria de alto crecimiento y aprender completamente desde cero sin saber programar previamente. Los certificados que existirán y su tiempo de duración siendo motores para el llamado de atención de los clientes y la actualización de la trayectoria empresarial y sus clientes de mayor prestigio empresarial de la región para generar confianza en clientes potenciales y obtener mejores respuestas. En el proceso de elaboración del pitch se logró comprender las razones de compra y los activadores de ventas de Pixdea Academy.

(Ver Anexo 2)

2.1.3 Aplicar una estrategia de mercadeo en medios de comunicación

Las estrategias de mercadeo aportan a la presencia de marca de las empresas para poder potenciar ventas de forma masiva y eficaz. La estrategia se basa en identificar medios de comunicación para promoción de Pixdea Academy con el fin de captar los primeros clientes en Honduras con la visión de tener los mejores desarrolladores de realidad virtual en la región latinoamericana y aportar al crecimiento económico y la disminución de brecha de desempleo que hoy en día es un gran problema nacional. La creación de base de datos de medios de comunicación aporta valor para que la empresa pueda visualizar el nivel de respuesta que ha obtenido, seguimiento, futuras visitas y así mismo también establecer el primer contacto a través de correos, llamadas o mensajes para agendar visitas y su calendarización.

Tabla de Base de datos de medios de comunicación

	B	C	D	E	F	G	H
	Medio de comunicacion	Programa	Canal	Espacio/Segmento	Nombre	Telefono	Correo
1	Radio/ Television	La hora del Te	101.7 FM VOX	jueves de emprendimiento	Carlos Acosta	504 9498-8888	
2	Radio	La hora del Te	101.7 FM VOX	jueves de emprendimiento	Fernando Varela	504 3180-1826	
3	Television	Qhubo tv	Si TV	tardes informales	Alejandra Rubio	504 9585-3358	marzrubio1997@gmail.com
4	Television	Hoy Mismo	TSi (Canal 3)		Jacky Redondo Vasquez	504 9722-1669	jredondo@televiscentro.hn
5	Revista	GenteSur		Emprendedores	Patty Argueta	504 9463-8531	
6	Television	Café Caliente	VTV (Canal 9)	Mano emprendedora	David Godoy	504 9736-4448	
7	Television/ Radio	HCH	HCH		Eduardo Maldonado	504 9990-3734	
8	Television	Hoy es tu show	Canal 11		Miguel Caballero Leiva	504 9992-4825	
9	Television	Las mañanas de	canal 5		Andrea Zambrano	504 9860 2690	
0	Television	HCH vespertino	HCH		Nelson Sorto	504 9455-0526	
1	Television	TN5	Canal 5		Claudia	504 9502-4774	
2	Television	Frente a Frente	Canal5		Renato Alvarez	504 9960 8496	
3	Periodico	Diario Tiempo		Emprendimientos			web.tiempo@tiempo.hn
4	Radio	Radio House		Emprendimientos		3287-1972	administracion@radiohouse.com
5	Television		Canal 8		Daniel Guillen	96923074	
6	Television	Bienvenida La M	Canal 6		Lily Valladares	98172724	Liliv@gmail.com
7	Television	Bienvenida La M	Canal 6	Emprendimiento	Yulissa Martinez	9684 - 6415	YulissaM@gmail.com
8	Television	Qhubo Noticias	Qhubo TV		Daniel Mendez	504 9561-9790	
9	Television		Vica Tv		Isaac	504 3182-6053	
0	Radio		HRN		Ricardo	504 9704-9624	
1	Television	UNE Noticias	UNE TV		Jorge Estrada	504 3171-6631	
2	Television	HCH Matutino/V	HCH		Joselin Flores	504 9752-1509	

Tabla 1 Base de datos de medios de comunicación, Fuente: Elaboración Propia

2.1.4 Preparar calendarización de giras educativas en Costa Rica

Las giras educativas de Pixdea son patrocinadas por diferentes instituciones que aportan al desarrollo educativo ya que son completamente gratuitas. La creación de base de datos de las mejores escuelas del GAM en Costa Rica busca la obtención de posibles clientes para Pixdea Academy, estas becas son patrocinadas por diferentes instituciones que quieren aportar a la educación. Las giras se realizan de forma presencial para niños de tercer grado en adelante, estos proyectos se realizan con experiencias en realidad virtual que ayudan a los estudiantes a aprender de forma divertida temas como: la educación financiera pescando y ganando monedas para así entender el valor del dinero y su historia, el sistema solar viajando a través de cada planeta y conociendo datos importantes de cada uno y el covid-19 viajando a través de los pulmones y conociendo a profundidad cada uno de los daños que esta enfermedad ocasiona. Todo esto se realiza a través experiencias en realidad virtual donde se capta el 100% de la atención de los estudiantes ya que están inmersos en cada una de las experiencias en las que desean aprender. Durante el proceso de elaboración de calendarización de giras educativas se logró contactar vía telefónica 25 escuelas privadas en GAM Costa Rica.

Tabla de calendario de giras Educativas Previstas en Costa Rica

Nombre	Categoría	Dirección	Ubicación GPS	Telefono	Nombre contacto	C
olegio Internacional SEK	Alta	Guayabos, San José, Granadilla	WXCH+RGW, D032A, C	506 2272 5464	Maria Mironova	info@sekcostarica.co
Blue Valley School	Media alta	De Multiplaza, un 1,2 km al no	From Multiplaza, 1,2 Km	506 2215 2204	Maria Herrera Iris Carrillo	maria.herrera@blueva iris.carrillo@bluevallu
olegio Científico Bilingüe Reina de los Ángeles	Alta	De la Rotonda de la "Y" Griega	De la Rotonda de la "Y"	506 2227 2161	Juan Zepeda	info@ccbcr.com
olegio Metodista de Costa Rica	Alta	San José, Sabanilla, Costa Ric	0, San José, Sabanilla,	506 2280 1230	Natalia Barrenechea	primaria@metodista.e
olegio Saint Francis	Alta	XW6W+439, Av. 57, Florencia	XW6W+439, Av. 57, Flo	506 2297 1704	Carolina Fernandez	carolina.fernandez@si
olegio Franco Costarricense	Alta	De la casa de Pepe Figueres,	De la casa de Pepe Fig	506 2273 6373	directora de primaria secretaria de comunicaciones	direction.primaire@fra secretaria.secundaria@
Centro Formativo Nuevo Milenio	Media alta	Residencial Bella Vista, Provin	3MJQ+3JG, Residencia	506 2494 1533	Directora	nuevomilenio@cfnm.e
Escuela Vida Abundante	Alta	XXFF+65M, 102, San José Prd	XXFF+65M, 102, San J	506 2229 6800	Cinthia	cbermudez@ccrcr.cr
aint Anthony High School	Media alta	Urb. Monte Limar, San José, C	XW4P+93R, Urb. Monte	506 2297 4500	Gloriana Fonseca	gfonseca@saintantho
olegio Teresiano San Enrique de Oso	Media alta	C. 145, San José, San Isidro,	XXGP+9W San Isidro,	506 2229 4490		
aint Peter's Primary and High School	Alta	Ayarcó Sur, San José Province	VXXJ+MX4, A078A, Ay	506 2272 2045	Dirección	info@sps.ed.cr
Centro Educativo San Agustín	Media alta	San Rafael de Escazú, Costa	127-1200, San José, S	506 2228 0562	Milena Leiva	educagustin@escuela
olegio Británico de Costa Rica	Alta	Av. 37, Santa Catalina, San Jo	XV28+2HJ, Av. 37, Sant	506 2220 0131	Dirección	info@bscr.ed.cr
orkin School	Media alta	San José, Curridabat, 11803, C	11803, A066, San José,	506 4000 8900	Eduardo Piedra	epiedra@yorkin.org
Kamuk School	Media alta	Montealegre, San José, San J	XW5J+5H San Juan, Sa	506 2240 0440	Sharon Viquez	sviquez@kamukscho
olegio Maria Inmaculada	Alta	Mega Súper Moravia, 75 Norte	Mega Súper Moravia, 7	507 2235 9414	Melania Bonilla	melania.bonilla@mari
olegio Humbolt	Alta	WVVG+G26, C. 100, Favorita	WVVG+G26, C. 100, Fa	506 2232 1455	Renee Priess	r.priess@colegiohumb
West College Scotland	Media alta	Guachipelin de Escazú, Costa	XR6F+CXC, Guachipeli	506 2215 1016	Diana Marin	repcionwestcolleget
olegio Calasanz	Media alta	WXM3+CCC, C. 67B, San Jos	WXM3+CCC, C. 67B, S	506 2283 4730	Padre Francisco Montecinos	director@colegiocalas
aint Mary School	Media alta	Guachipelin, San José, San Ra	XR2P+73X, Guachipeli	506 4036 6010	Laura Grillo	l.grillo@saintmary.ed.c
olegio El Rosario	Media alta	Montealegre, San José, Costa	C. 25B 1602, Montealeg	506 2225 2590		
ngel High School	Media	Mall San Pedro, De la esquina	Mall San Pedro, De la e	506 8788 7777		
iving Hope Education	Media	Hatillo Centro, de la Clínica S	Hatillo Centro, de la Cl	506 4001 9261		
ian Lorenzo School	Media	Carr. a Granadilla, San José, S	Carr. a Granadilla, San	506 2253 2900		
aint Benedict Curridabat		C088, La Colima Tirrases, San	C088, La Colima Tirrase		Aurora Prendas	aurora.prendas@saint

Tabla 2 Calendario de giras educativas en Costa Rica

2.1.5 Definir plan de Relaciones públicas Pixdea Academy

Los planes de relaciones públicas aportan a que los mensajes que se quieren transmitir al público sean los correctos, creando objetivos específicos del plan de relaciones públicas con metas establecidas, definición de mensajes claves para las campañas de redes sociales, sitio web y medios de comunicación, la identificación del buyer persona de los clientes potenciales. Aquí se buscó personas que estarían interesadas en adquirir las competencias que Pixdea Academy otorga y así mismo definir estrategias y tácticas de ventas a realizar al momento del lanzamiento y herramientas que se utilizarán para la promoción y ventas como redes sociales, con publicidad pagada, visitas a medios de comunicación y compartir posibles descuentos promociones en grupos masivos de gamers, arquitectos, maestros, estudiantes y emprendedores que son el buyer persona al que Pixdea Academy quiere llegar. (Ver Anexo

3)

2.1.6 Preparar calendarización de marketing digital

En la era del internet es fundamental implementar campañas efectivas de marketing digital ya que a través del internet proviene el mayor tráfico de clientes en la actualidad. Se trabajó en la definición de campañas de redes sociales con sus diferentes enfoques a través de los mensajes claves, guías de contenido y recursos de apoyo para la realización de la misma. Cada campaña es basada en su tema semanal, estableciendo un objetivo de lo que se quiere realizar por ejemplo: vender, informar, actualizar proyectos existentes y con una guía de contenido de ejemplos de otras empresas tecnológicas para que el equipo de diseño pueda plasmar de la manera correcta la idea que se quiere transmitir al público y hacer contenido que genere una comunidad dentro de las personas que siguen o estén interesados en Pixdea. (Ver Anexo 4)

2.1.7 Proponer un plan de marca personal para Xavier Rubio

La creación de propuesta de plan de marca personal de Xavier Rubio busca mejorar las ventas a través de redes sociales y de forma orgánica con contenido educativo basándose en su experiencia como emprendedor. Esta propuesta se basa en una guía de como Xavier Rubio puede crear una comunidad con sus seguidores y así mostrar a su público como es el diario vivir de un CEO de una empresa tecnológica en Latinoamérica, como lo logró y como hacer que estas personas puedan consumir lo que la empresa vende, todo basándose en su diario vivir y para así vender de forma orgánica los servicios de Pixdea. (Ver Anexo 5)

2.1.8 Aplicar el seguimiento de prospección de clientes

La prospección de clientes se basa en el proceso de seguimiento de los buyer persona previamente establecidos, todo esto con el fin de que se busquen las personas idóneas para adquirir los productos/servicios de la empresa. La integración de nuevos contactos a la base

de datos de empresas de la Plataforma Pixma, una plataforma dedicada a las empresas y sus formaciones en realidad virtual donde los colaboradores pueden aprender de situaciones que no se presentan con regularidad como el qué hacer si hay un incendio o como utilizar cada uno de los extintores y las diferentes situaciones que la salud y seguridad empresarial presenta, así mismo el crear capacitaciones a la medida de las empresas como el utilizar un nuevo producto, o el nuevo proceso de manufactura, todo esto se vende a través del envío de correos a diferentes empresas para ejecutar primer contacto y así poder agendar reuniones donde se les puede presentar posibles soluciones para sus formaciones a precios más bajos y en un entorno inmersivo donde se presentan las situaciones que se les desee enseñar. (Ver Anexo 6)

2.1.9 Realizar giras en medios de comunicación

La gira en medios de comunicación busca crear una campaña de expectativa para el lanzamiento oficial de Pixdea Academy y así mismo informar a la población en Honduras en temas de tecnología, realidad virtual, realidad aumentada y el metaverso. La gira en medios también busca llegar a empresas socialmente responsables que deseen donar becas a jóvenes talentosos que quieran desarrollarse en tecnologías inmersivas y puedan acceder a mejores oportunidades de empleo si se convierten en desarrolladores de tecnologías inmersivas. (Ver Anexo 7)

2.1.10 Preparar sección de preguntas y respuestas para Pixdea Academy

La importancia de la sección de preguntas y respuestas en la página principal de toda empresa ayuda a mejorar la experiencia de usuario y así evitar saturaciones en temas atención al cliente y aporta a que esta sea más personalizada. Para lograr su elaboración se utilizó el proceso de empatizar con una lluvia de ideas, todo esto basado en el design thinking para así poder ponerse en los zapatos del cliente y conocer qué se podría cuestionar al visitar la landing page de Pixdea Academy. Todo el proceso llevó una documentación para que las personas que trabajarán en atención al cliente puedan liberar todas las dudas que puedan surgir, de la misma manera se elaboró un dossier con toda la información necesaria que también estará a la disposición de los usuarios e instituciones educativas que estén interesadas en adquirir la plataforma. (Ver Anexo 8)

2.1.11 Realizar giras educativas en Costa Rica

Las giras educativas fomentan un aprendizaje de una forma más activa, efectiva y entretenida para los estudiantes a través de un modelo experiencial y divertido que busca brindar un formato educativo tecnológico y de vanguardia a los estudiantes en Costa Rica para potenciar sus procesos de aprendizaje. Estas giras educativas se realizan con el equipo ejecutor de Pixdea que visita cada una de las escuelas con 10 a 12 visores de realidad virtual e instruyen a los estudiantes sobre el uso de los mismos para luego recibir una increíble experiencia en realidad virtual donde los estudiantes se convierten en los protagonistas del tema, dando como resultado el 100% de su atención y compromiso por aprender. (Ver Anexo 9)

CAPITULO III: IDENTIFICACION DE PROPUESTAS E IMPACTO DESEABLE

3.1 Análisis de la situación actual

La industria de la realidad virtual se ha visto involucrada en un crecimiento exponencial desde el lanzamiento del metaverso y es por eso que Pixdea en los últimos dos años ha tenido despegue significativo y actualmente se encuentra en una etapa en donde la cantidad de trabajo está en aumento y es por eso que se necesitan buscar maneras de cómo mejorar y medir la productividad, como manejar campañas de mercadeo más efectivas y cómo reducir los tiempos de las tareas repetitivas.

Actualmente Pixdea no cuenta con una herramienta para medir la productividad de sus 12 colaboradores y debido al trabajo remoto este tipo de mediciones son un poco más difíciles de realizar, esta problemática fue identificada en el día a día durante las diferentes tareas asignadas. Sabemos que lo que no se mide no se puede mejorar.

Durante el proceso de gestión de relaciones públicas para promocionar Pixdea Academy se han identificado ciertas carencias en las campañas de mercadeo ya que no existe una persona dedicada solamente a las redes sociales o relaciones públicas, existen varios colaboradores involucrados en la creación de contenido, sin embargo, no hay una buena comunicación entre las personas involucradas ya que la información queda dispersa en chats, correos, llamadas, reuniones, etc.

Dentro de los procesos de prospección de clientes existen tareas repetitivas y que toman mucho tiempo durante la jornada de trabajo como lo es el enviar correos de prospección de clientes de PIXMA, en ocasiones diariamente se envían aproximadamente 450 correos con el mismo texto y cambiando solamente el nombre.

3.1.1 Propuestas de mejora de procesos productivos de PIXDEA

3.1.1.1 Medir la productividad del equipo de trabajo

Dentro de la propuesta de mejora está la implementación de la aplicación móvil y para computadoras Notion, una herramienta diseñada para gestionar todas las tareas y subtareas a nivel empresarial y sus distintos departamentos que existen dentro del organigrama, se pueden ver los progresos en tiempo real de todos los equipos, esta herramienta ayudará a que los roles de trabajo sean más transparentes y eficientes en base a prioridades, proyectos o necesidades ya que actualmente la empresa cuenta con tiempos de entregas muy largos para los clientes y los avances se reflejan en chats de una manera no muy efectiva. (NOTION, n.d.) (Ver Anexo 10)

Área de mejora #1: Productividad con Notion	
Descripción del problema	Tiempos largos de revisión de trabajos o de realización de tareas
Objetivo por conseguir	Tener un control de las actividades que realizan cada uno de los colaboradores para mejorar los tiempos de entregas y revisión de las tareas realizadas.
Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión sistémica • Mejora continua • Toma de decisiones objetiva y basada en datos reales
Beneficios esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Parametrizar los procesos • Tener indicadores de desempeño

Tabla 3 Área de mejora #1 (NOTION, n.d.)

3.1.1.2 Realizar campañas de redes sociales más efectivas

Las campañas de mercadeo efectivas se basan en una excelente comunicación y aprobación de todas las partes interesadas, las grandes agencias de mercadeo y empresas centralizan sus redes sociales con diferentes herramientas que ayudan a la productividad y evitan que se disperse la información que se va a brindar a la audiencia. Dentro de las mejores opciones que Pixdea puede utilizar Planable una herramienta de aprobación de redes sociales que potencian la colaboración y centraliza todas las redes sociales en un solo lugar, funciona bajo un proceso de aprobación donde se puede organizar todo el proceso desde la ideación, redacción, diseño, revisión aprobación y hasta la publicación, todo este proceso puede ser mapeado y observado por todas las personas involucradas dentro del equipo de redes sociales para mejorar los tiempos de entrega y centralizar la información en un solo lugar, hasta que se hayan aprobado todos los procesos se podrá realizar la publicación correspondiente.

Área de mejora #2: Campañas de redes sociales con Planable	
Descripción del problema	Campañas de redes sociales sin un impacto significativo debido a la mala comunicación de los involucrados
Objetivo por conseguir	Mantener un estándar del contenido bajo las aprobaciones que se den en cada proceso de creación de estrategias de marketing
Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de canales de comunicación eficaces • Definir actividades con responsables y objetivos definidos
Beneficios esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Captar clientes a través de las redes sociales

Tabla 4 Área de mejora #2 (*Planable, 2022*)

3.1.1.3 Reducción de tareas repetitivas en el proceso de prospección

Durante el proceso de prospección hay algunas tareas se pueden automatizar para así tener un mayor aprovechamiento del tiempo y aportar a disminuir la carga de trabajo, con Power Automate herramienta de Office 365 que permite automatizar tareas como enviar correos masivos a las empresas prospectadas, con esta implementación Pixdea podrá reducir días completos de carga de trabajo y poder aprovechar en otras necesidades, la empresa cuenta con las aplicaciones de Office 365 por ende esta implementación sería completamente gratuita. (Microsoft Corp, 2022)

Área de mejora #3: Prospección de clientes con Power Automate	
Descripción del problema	Envío de correos masivos a empresas prospectadas de forma manual y con periodos de tiempo largos.
Objetivo por conseguir	Reducción de tiempo de enviar correos y aprovecharlo para agendar reuniones con los posibles clientes.
Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua de procesos • Estudiar las necesidades de los clientes y aprovechar los esfuerzos a sus necesidades y expectativas
Beneficios esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener más reuniones con las empresas en periodos de tiempo más cortos

Tabla 5 Área de mejora #3, Fuente: Elaboración Propia

3.1.1.4 Impacto de la propuesta de mejora en base a teoría de productividad

Propuesta	Tiempo de implementación	Inversión	Posibles beneficios	Efectos deseados
Mejora de la productividad empresarial con Notion (NOTION, n.d.)	3 semanas	\$8.00	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión sistémica • Mejora continua • Toma de decisiones objetiva y basada en datos reales 	<ul style="list-style-type: none"> • Parametrizar los procesos • Tener indicadores de desempeño
Campañas de redes sociales con Planable (Planable, 2022)	1 mes	\$33.00	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de canales de comunicación eficaces • Definir actividades con responsables y objetivos definidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar clientes a través de las redes sociales
Prospección de clientes con Power Automate (Microsoft Corp, 2022)	1 mes	\$0.00	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua de procesos • Estudiar las necesidades de los clientes y aprovechar los esfuerzos a sus necesidades y expectativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener más reuniones con las empresas en periodos de tiempo más cortos

Tabla 6 Impacto de la propuesta de mejora

Fuente: Varias fuentes, descritas en la tabla.

3.1.2 Propuesta de mejora seleccionada

La propuesta de mejora a desarrollar con mayor viabilidad y beneficios para empresa es la aplicación de Notion ya que la empresa cuenta con su equipo de trabajo en Honduras, Costa Rica y Colombia lo cual ha generado dificultades en el proceso de seguimiento de proyectos y por la cantidad de los mismos que se realizan simultáneamente. La propuesta busca mejorar los procesos de seguimiento por parte de los líderes de proyectos y ver el funnel de ventas en tiempo real para así tener una mejor visibilidad del seguimiento de los clientes.

3.1.2.1 Cronograma de actividades

Semana	Objetivo	Actividades
1	Investigar	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la herramienta • Estudio de factibilidad • Aprobación de solicitud
2	Diseñar y desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de la información de los proyectos del 2022 • Diseño de la base de datos • Migración de la información
3	Implementar y evaluar	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de fórmulas y reportes de seguimiento • Testeo del software • Entrega y revisión final • Capacitación del equipo de trabajo

Tabla 7 Cronograma de actividades de implementación de nuevas herramientas

Fuente: Propia

3.1.2.2 Medición del impacto

Objetivo	Métrica de Notion asociada	Grupo objetivo	Prioridad	Indicador	Logros obtenidos
Mejorar la gestión de proyectos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiar chats de WhatsApp y Discord por flujos de trabajo de proyectos y sus avances en tiempo real. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de diseño • Equipo de negocios • Equipo de desarrollo • Equipo de 3D 	Alta	Número de procesos y proyectos completados al mes	Mayor visibilidad del seguimiento de los proyectos y del equipo de trabajo
Mejorar campañas de mercadeo y ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar documentos compartidos por pizarras de trabajo para trabajar ideas 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de diseño • Equipo de negocios 	Media	Número de contenido desarrollado al mes	Centralización de la información y mayor orden en la planificación de las próximas campañas
Mejorar la satisfacción de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Reemplazar chats y líneas de correos por minutas de reuniones con sus respectivos avances • Mejorar la visibilidad de los negocios con el funnel de ventas actualizado en tiempo real 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de negocios 	Alta	Número de proyectos nuevos y reuniones agendadas al mes	Mejor control de la información y mayor eficiencia en los seguimientos de clientes

Tabla 8 Tabla de medición de impacto, Fuente: Propia

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Tras un profundo análisis se logró desarrollar la propuesta de valor Pixdea Academy destacando que es la primera plataforma e-learning en Latinoamérica que formará y certificará a los creadores del Metaverso y a partir de esta propuesta se logró desarrollar un plan de marketing con mensajes claves, activadores de venta y beneficios para brindar una comunicación clara.
- Una vez desarrollado el plan de marca personal de Xavier Rubio junto con el plan de marketing se logró renovar la imagen corporativa de la empresa pasando de verse como un startup en crecimiento a una empresa que brinda soluciones tecnológicas en Latinoamérica y que ha logrado llegar a grandes empresas como Toyota, Nestlé, Essity, Ficohsa entre otras grandes empresas líderes en la región.
- Podemos destacar que la mejora del proceso de prospección de clientes de Pixdea ha sido la más destacada, significativa y con mejores resultados ya que con la automatización de correos se aprovechó mejor el tiempo mejorando los mensajes que se estaban enviando y logrando agendar 22 reuniones con empresas interesadas en las diferentes soluciones de Pixdea, esto en los primeros 14 días desde su implementación cuando anteriormente se tenían solamente 6 reuniones en los mismos 14 días aumentando a un 388% las reuniones agendadas.
- Se logró plantear e implementar Notion una herramienta que da seguimiento a los procesos internos de la empresa como proyectos, campañas, tareas urgentes, entre otros brindando mayor visibilidad de la productividad interna y los posibles puntos de mejora.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda contratar o formar un nuevo desarrollador de experiencias en realidad virtual ya que esta persona es la que interactúa con todos los equipos y su ausencia podría afectar en gran manera al funcionamiento de la empresa.
- Se sugiere evaluar mensualmente los tiempos de entrega de los equipos de desarrollo y 3D para así buscar entregar a los clientes un producto terminado en el menor tiempo posible.
- Se recomienda mejorar el formato de métricas de prospección mensual ya que actualmente no cuenta con un formato claro y con todas las métricas que se podrían analizar para buscar oportunidades de mejora.
- Se recomienda buscar oportunidades de negocio en la industria de videojuegos en realidad virtual ya que está actualmente no se encuentra muy saturada y con pocos competidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Fernández, Y. (16 de 05 de 2022). Obtenido de Qué es el Metaverso, qué posibilidades ofrece y cuándo será real: <https://www.xataka.com/basics/que-metaverso-que-posibilidades-ofrece-cuando-sera-real>
- Galan, J. (3 de 11 de 2020). *Prospección*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/prospeccion.html>
- Giraldo, V. (05 de 11 de 2021). *Embudo de ventas: significado, ventajas y aplicación y diferencias con el embudo de marketing*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-funnel-de-ventas/>
- Management, E. I. (2020). *Desarrollo de negocio ¿qué es y por qué es importante?* Obtenido de <https://epunto.es/desarrollo-de-negocio-funcion/#:%7E:text=El%20desarrollo%20de%20negocio%20se,de%20una%20estrategia%20de%20alianzas.>
- Microsoft Corp. (2022). *Power Automate | Microsoft Power Platform*. Obtenido de <https://powerautomate.microsoft.com/es-es/>
- NOTION. (s.f.). Obtenido de Gestiona en línea el trabajo, los proyectos y las tareas de tu equipo: <https://www.notion.so/>
- Pixdea. (2022). *pixdea.com*. Obtenido de <https://www.pixdea.com/>
- PIXDEA, D. (2021). Obtenido de <https://docs.google.com/document/d/1JBRxnRgPERKB-uzPAseXMvpif96lDxUlwrVXGD1ozhg/edit>
- Planable. (2022). *Planable | Best Free Social Media Tool for Approval and Collaboration*. Obtenido de https://planable.io/?fp_ref=bruno34

Publicador Aliat. (03 de 09 de 2021). *Mundo ULC*. Obtenido de Técnicas de investigación para universitarios: <https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/>

Quispe, I. (01 de 09 de 2020). *¿Qué es el modelado 3D?* Obtenido de <https://arcux.net/blog/que-es-el-modelado-3d/>

School, I. D. (14 de 06 de 2022). *Qué es y para qué sirve Design Thinking | ITMadrid*. Obtenido de <https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>

TELCEL. (s.f.). Obtenido de *¿Qué son las tecnologías inmersivas? | Telcel Empresas*: <https://www.telcel.com/empresas/tendencias/notas/que-son-tecnologias-inmersivas>

GLOSARIO

- **Business Development:** Se refiere a la gestión multidisciplinar para la definición de productos y servicios, encaminada a reforzar su comercialización. Definición de nuevas oportunidades, creación de necesidades y diseño de una estrategia de alianzas. (Management, 2020)
- **Design Thinking:** en español, pensamiento de diseño, es una metodología o proceso que permite o facilita la solución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios de todo tipo y sectores económicos, utilizando para ello equipos altamente motivados, y la innovación y creatividad como motores o mantras. (School, 2022)
- **Funnel de ventas:** El embudo de ventas es la forma en que una empresa planea y establece procesos para ponerse en contacto con los diferentes usuarios y así llegar a cumplir un objetivo final, que bien puede ser la conversión de clientes, lograr un registro, cerrar una venta, entre otros. (Giraldo, 2021)
- **GAM:** Gran Área Metropolitana (Costa Rica)
- **Modelado 3D:** Es la técnica que se usa para crear formas en tercera dimensión a través de programas instalados en una computadora. De cierta forma, el modelado 3D se asemeja al trabajo que hace un tallador o un escultor cuando está construyendo una obra. (Quispe, 2020)
- **Metaverso:** El Metaverso es un mundo virtual, uno al que nos conectaremos utilizando una serie de dispositivos que nos harán pensar que realmente estamos dentro de él, interactuando con todos sus elementos. Será como realmente

teletransportarse a un mundo totalmente nuevo a través de gafas de realidad virtual y otros complementos que nos permitirán interactuar con él. (Fernández, 2022)

- **Prospección:** La prospección es una herramienta económica empleada por las organizaciones con el fin de evaluar posibles alternativas futuras que puedan afectarles. Sirve como base para la toma de decisiones y la creación de estrategias. (Galan, 2020)
- **PR:** Plan relaciones públicas
- **PA:** Pixdea Academy
- **Tecnologías inmersivas:** Definamos a la tecnología inmersiva como la aplicación de la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) en prácticas industriales, educativas, de diseño, marketing y otras. Se trata de que la persona que entre en contacto con esta tecnología se sienta inmersa en este tipo de realidades para lograr objetivos determinados. (TELCEL, n.d.)

Anexo 2 - Propuesta de valor Pixdea Academy

- Propuesta de Valor PIXDEA Academy

Una academia creada por PIXDEA para formar a los soñadores que fabricarán el metaverso.

En PIXDEA buscamos a los soñadores, creativos, innovadores y emprendedores que deseen desarrollarse en nuevas habilidades para convertirse en profesionales quienes construirán el futuro digital. A aquellos que desean ser su propios jefes y trabajar desde cualquier parte del mundo, y a los amantes de la tecnología que sueñan con construir y ser parte del metaverso.

10 razones para en estudiar en PIXDEA ACADEMY

- Recibirás insumos valorados en más de 1000 USD para crear tus propios proyectos inmersivos. (una persona utilizando oculus, con elementos 3D alrededor)
- Aprende con los mejores, contamos con más de 50 experiencias inmersivas creadas en diversas industrias. (Ejemplos de nuestras experiencias)
- Un programa enfocado a que aprendas de forma rápida con las herramientas más importantes y más utilizadas en la industria. (Una pc con las herramientas de la industria)
- Al finalizar tu certificación podrás comercializar tus proyectos en nuestra plataforma. (una persona con una pc que diga en la pantalla "Mi proyecto" y enviando a muchas personas más o podría ser a otras pc's)
- Podrás acceder a mejores oportunidades de empleo en una industria de alto crecimiento (metaverso?, ventas, gráficos)
- Podrás trabajar de forma remota en cualquier parte del mundo. (foto en la playa trabajando)
- Si eres un emprendedor podrás crear nuevas soluciones de negocios para diferentes Industrias. (imágenes de las actividades que hemos tenido con las empresas nacionales y multinacionales)
- Si eres gamer podrás crear tus propios videojuegos y generar nuevos ingresos. (programando o creando un juego)
- Si eres un educador podrás innovar en la forma crear contenido. (niños con oculus en clase)
- Si eres ingeniero, arquitecto o diseñador podrás crear las mejores experiencias al

Anexo 3 - Plan de relaciones públicas de Pixdea Academy

Plan PR - PIXDEA Academy

Periodo: 3 meses

Objetivos específicos:

- Promocionar Pixdea Academy en 25 medios de comunicación televisivos, digitales y escritos.
- Incentivar a jóvenes a matricularse en Pixdea Academy por medio de visitas educativas a universidades en Honduras.
- Lograr una matrícula de 60 personas en PIXDEA Academy.
- Participar en eventos de tecnología y de emprendedores para mostrar la plataforma de Pixdea Academy.
- Crear contenido educativo en nuestros medios explicando que es Pixdea Academy y cómo puede beneficiar a los jóvenes Hondureños.
- Crear alianzas estratégicas con grupos universitarios para promover Pixdea Academy por medio de visitas y webinars.

Público Objetivo:

- Jóvenes universitarios en curso - ingeniería, arquitectura y programación. Marketing, emprendimiento, administración de empresas. Diseño gráfico, comunicación, animación.
- Emprendedores
- Jóvenes creativos
- Estudiantes egresados de la universidad
- Estudiantes en los últimos años de secundaria (décimo, onceavo y doceavo grado)
- Gamers
- Educadores innovadores

Mensajes clave:

- Es el momento para despegar tu carrera profesional y construir en el metaverso.
- Una academia para encontrar y formar a los soñadores que fabricaran el metaverso.
- Estás a 12 meses de crear tu propio mundo virtual.

Anexo 4 - Calendario de Redes Sociales

Mayo Semana 3 (15/05/22 - 21/05/22)		Hora	Eventos especiales	Temática	Pilar de Contenido	Contenido Visual
Lunes 16 mayo				La realidad virtual en la mercadotecnia	Educativo	<p>Primera imagen (titulo) Carrusel: 3 maneras en que la realidad virtual ayuda a tu negocio</p> <p>Segunda imagen: (primer fact) Le ofreces una experiencia inmersiva e inolvidable Sabias que el 75% de los consumidores comprarían de forma frecuente si la empresa creara una conexión emocional con ellos, volviéndolos clientes leales. Esta tecnología permite que tus clientes consuman el contenido en un entorno más inmersivo, creando una conexión emocional con ellos, volviéndolos clientes leales.</p> <p>Tercera imagen (segundo fact) Lleva tus productos a otro nivel La realidad virtual te da la oportunidad de presentar tus productos de una forma inmersiva. *insertar video del proyecto de toyota con contraste del modelo real*</p> <p>Cuarta imagen (tercer fact) Menos riesgos y costos en desarrollo de productos Por medio de la realidad virtual tendrás grandes capacidades para crear prototipos y realizar pruebas de forma segura, económica y rápida.</p> <p>Inspiración: https://www.instagram.com/p/Cc0WcVZLNrH/?utm_source=ig_web_carrusel</p>
Miércoles 18 mayo				Behind the scenes Inside work pixde		Mostrar imágenes de los nuevos proyectos que se están realizando; por ejemplo el
Jueves 19 mayo				Día del Mercadólogo El marketing en la realidad virtual		Carrusel de datos sobre el crecimiento de la realidad virtual en el marketing Titulo: C

Anexo 5 - Plan de marca personal de Xavier Rubio

Plan Marca Personal Xavier Rubio

Objetivos específicos:

- Crear una comunidad de personas en latinoamérica interesadas en la industria de tecnología y el emprendimiento.
- Promover Pixdea a través de publicaciones orgánicas en las redes sociales de Xavier.
- Incentivar a las personas a emprender y a unirse a Pixdea Academy.
- Promover a Xavier como joven emprendedor para impulsar Pixdea Academy
- Crear alianzas con otros creadores de contenido.

Público Objetivo:

- Personas con deseos de emprender
- Jóvenes
- Personas a las que les gusta viajar
- Estudiantes
- Personas interesadas en la tecnología
- Emprendedores

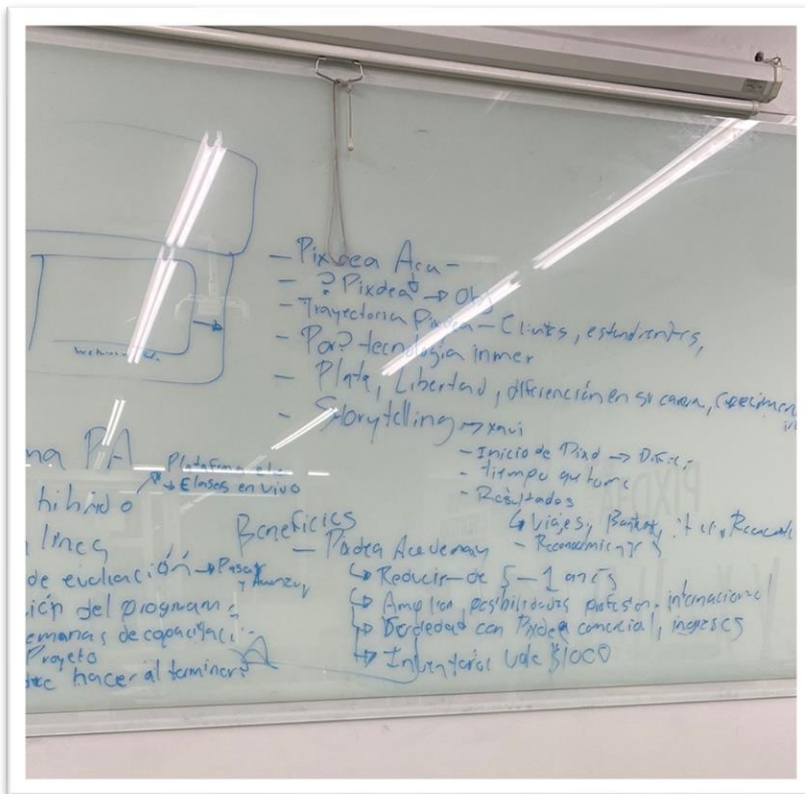
Anexo 6 - Base de datos plataforma Pixma

Cargo	Empresa	País	Tipo de Sector	Encargado	
Gerente de Talento	Ricardo Pérez, S.A.	Panamá	Automotriz	Cecilia Vega Hand	chand@toyotarp.com
Recursos Humanos Internacional	America Movil	México	Telecomunicaciones	Alma Delia Nuñez	alma.nunez@americ
Subdirector Recursos Humanos Internacional	America Movil	México	Telecomunicaciones	Jose Pulido Fregoso	jose.fregoso@americ
Administrador de Proyectos TI	Ricardo Pérez, S.A.	Panamá	Automotriz	Rut Santos	rsantos@toyotarp.com
Vice President Human Resources	Ricardo Pérez, S.A.	Panamá	Automotriz	Maria Luisa Marciano	mmarciano@toyotarp.com
Gerente de Proyectos de Innovación y Desarrollo	Cerveceria Nacional, S. de R.	Panamá	Alimentos y bebidas	Miriam Arosemena	miriam.rosemena@cerveceria.com
Gerente de Marketing	CEMEX	México	Construcción	Guillermo Vivanco	
Innovation Manager	Cerveceria Nacional, S. de R.	Panamá	Alimentos y bebidas	Laury Paz Jaen	laury.jaen@cerveceria.com
Gerente Ejecutiva de Recursos Humanos	Banco Nacional de Panama	Panamá	Financiero	Irene Pedreschi	ipedreschi@banconacional.com
Gerente de Innovación y Sostenibilidad	CEMEX	México	Construcción	Arturo Gaytan Covarrubias	arturo.covarrubias@cemex.com
Vicepresidente de Recursos Humanos	CEMEX	México	Construcción	Fernando Mendez	fernando.mendez@cemex.com
Vicepresidente de Marketing	Inbursa Grupo Financiero	México	Financiero	Igancio González	igonzaletf@inbursa.com
Director de Recursos Humanos	Elektra	México	Venta minorista	Viviana Viveros	viviana.viveros@grupoelektra.com
Directora de Operaciones eCommerce en Elektra	Elektra	México	Venta minorista	Elizabeth Martínez Estrada	emartinez@elektra.com
Director de Relaciones Laborales	Grupo Melo	Panamá	Agroindustrial	Orlando Baso	obaso@grupomelo.com
Gerente de Reclutamiento	Grupo Melo	Panamá	Agroindustrial	Konstantina Katsambanis	kkatsambanis@grupomelo.com
Gerente de Marketing Grupo Bimbo	BIMBO DE PANAMA, S A	Panamá	Alimentos y bebidas	Rodrigo Artavia Estrada	rodrigo.artavia@grupobimbo.com
Gerente de Recursos Humanos	Grupo Modelo	México	Alimentos y bebidas	Jose Geani Quintero Garcia	jais.peliaz@gmodelo.com
Gerente de Digital Trade Marketing	Grupo Modelo	México	Alimentos y bebidas	Carlos Szavozd	carlos.szavozd@gmodelo.com
Director de Transformación y Expansión de Negocio	Grupo Modelo	México	Alimentos y bebidas	Rafael Pulcinelli	rafael.pulcinelli@gmodelo.com
Recursos Humanos	Dell Panamá	Panamá	Tecnología e información	Anaoris Castillo	anaoris_castillo@dell.com
Reclutamiento y Selección- Atracción de Talento	Telcel	México	Telecomunicaciones	Claudia Mendieta Gómez	claudia.gomez@telcel.com
Marketing Manager	Telcel	México	Telecomunicaciones	Cynthia Pruneda	cynthia.pruneda@telcel.com
Líder de operaciones de presupuesto de campañas	Dell Panamá	Panamá	Tecnología e información	Marilena Arosemena	marilena.rosemena@dell.com
Operaciones comerciales de marketing	Dell Panamá	Panamá	Tecnología e información	Angelica Pirela	angelica_pirela@dell.com
Director de Recursos Humanos LATAM	Bausch Health Companies Inc	México	Farmacéutica	Myrna Castañeda	myrna.castaneda@bausch.com
Oficial de capacitación	Multibank Panamá	Panamá	Financiero	Marian Barrett	mbarrett@multibank.com
	Multibank Panamá	Panamá	Financiero	Yarisel Ramos	yramos@multibank.com
	Multibank Panamá	Panamá	Financiero	Suzzette Acosta	suzzette.acosta@multibank.com

Anexo 7 – Gira de medios de comunicación



Anexo 8 – Lluvia de Ideas de preguntas y respuesta de Pixdea Academy



Anexo 9 – Gira Educativa

Anexo 10 – Visualización de Notion







Pendientes Diseño Gráfico

Use this template to keep track of everyday, granular to-do items.
Looking for a way to track larger projects? Check out the [Roadmap](#) template.

↓ Click **By Status** to organize tasks by assignee, priority, or due date.

All Tasks
By Status
My Tasks
By Priority
Due Dates
+

↑ Priority
Status
Responsable
+ Add filter

Name	Status	Product Manager	Responsable
Propuesta de COINSA Actualizada	Completed	 Xavier Alejandro Rubio Ag	 Zohar Rodriguez
Artes Mail Marketing	In Progress	 Maria Pacheco	 Fabio Tábora
Artes Redes Sociales	In Progress	 Hilen Padilla	 Fabio Tábora
Animaciones y cortinas anuncios pago	Next Up		