

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

EA&D

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

ENTÉRATE PRODUCCIONES: BLOG RUTA 5

SUSTENTADO POR:

MARÍA TERESA DURÓN GUILLÉN

11551009

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIADA

EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

PUBLICITARIA

JUNIO - 2020

TEGUCIGALPA, M. D.C.

HONDURAS, C. A.

MIEMBROS DE LA TERNA:

CLAUDIA MARISSA MORALES COELLO

YENNY FERNANDA CASTILLO

MAURICIO ALBERTO PINEDA VALLADARES

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020
María Teresa Durón Guillén

Todos los derechos son reservados.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	1
DEDICATORIA.....	2
RESUMEN EJECUTIVO	3
CAPÍTULO I: GENERALIDADES.....	6
1.1. Objetivos de la Práctica Profesional	6
1.1.1. Objetivo General.....	6
1.1.2. Objetivos Específicos	6
1.2. Datos Generales de la Empresa	6
1.2.5 Marcas Aliadas.....	8
CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN... 10	
2.1 Redactar Artículos	10
2.2 Crear Material Gráfico	12
2.3 Generar Contenido	14
CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA	19
3.1 Nombre del proyecto.....	19
3.2 Tipo de proyecto.....	19
3.3 Objetivos	19
3.3.1 Objetivo General.....	19
3.3.2 Objetivos Específicos	19
3.4 Descripción	20

3.5 Justificación	20
3.6 Beneficiarios	21
3.7 Estrategia Metodológica.....	21
3.8 Cronograma.....	32
3.9 Recursos	33
3.10 Presupuesto.....	34
3.11 Indicadores de evaluación del proyecto	35
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	36
Conclusiones	36
Recomendaciones	37
BIBLIOGRAFÍA.....	38
GLOSARIO	40
ANEXOS.....	43

AGRADECIMIENTO

Quisiera aprovechar este segmento para agradecer a Entérate Producciones: Blog Ruta5 por brindarme la oportunidad y confianza en abrirme sus puertas durante estas 11 semanas. Este tiempo fue vital para aplicar, reforzar y expandir mis conocimientos como profesional. De igual forma, quiero agradecer a la Licenciada Zuha Kafati por ser una maestra y mentora para mí durante estos 3 meses. Sus consejos y ayuda estarán siempre presente en mi corazón y memoria.

DEDICATORIA

Quisiera agradecerle a Dios por brindarme infinitas oportunidades y bendiciones; por darme sabiduría al momento de tomar decisiones, por ayudarme a salir adelante, superar retos y por estar conmigo en todo el camino. Así mismo a mis papás, quienes a través de su constante esfuerzo, amor y sacrificios me han dado una educación de excelencia y brindando las herramientas necesarias para desempeñarme como una excelente profesional y humana.

A mis hermanas (Carla y Ana Lucía), Abuelos, familia y amistades por mostrarme siempre su apoyo y amor incondicional. Sus palabras de aliento me iluminaron el camino para culminar cada proyecto que he emprendido.

Finalmente, a mis docentes quienes me han marcado la pauta en mi vida profesional. Les agradezco por la paciencia, dedicación y motivación que me extendieron durante mi vida escolar y universitaria.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento resume las actividades que MARÍA TERESA DURÓN llevó a cabo durante su práctica profesional realizada en ENTÉRATE PRODUCCIONES – BLOG RUTA5, durante los meses de 29 DE ABRIL – 14 DE JULIO de 2020, previo a su investidura con el título de Licenciada en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICITARIA de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC.

ENTÉRATE PRODUCCIONES – BLOG RUTA5, son empresas hondureñas que operan de manera remota desde el 2014 en Sugarland, Texas, EEUU. Ambas empresas son operadas por la licenciada en periodismo Zuha Kafati Díaz. ENTÉRATE PRODUCCIONES se dedica a manejar contenido digital, relaciones públicas, diseño gráfico, creación de sitios webs, organización de eventos, estrategias de posicionamiento, entre otros servicios, para sus clientes. BLOG RUTA5 es una plataforma web en la que destacan historias de talento Hondureño y Latinoamericano.

La pasantía tiene como objetivo integrar al estudiante en un ambiente laboral para complementar su formación académica, así mismo moldear su carácter profesional y aportar a la empresa de manera significativa. La estudiante fue asignada al departamento Digital de la división de DIGITAL PROJECT MANAGER, para apoyar en diferentes áreas de diseño, comunicaciones y mercadeo. A lo largo de las 11 semanas de práctica, la estudiante realizó actividades de diseño gráfico,

redacción de artículos (inglés y español), proyectos de investigación (hondureños e internacionales), generación de contenido digital para las empresas y sus aliados, elaboración de campañas publicitarias, entre otras actividades.

El informe está compuesto por cuatro capítulos que describen la información general de la empresa, las actividades realizadas, la propuesta de mejora que la practicante preparó para la empresa y las conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo I se describen las generalidades de la empresa, aquí se incluyen la reseña histórica, misión, visión, valores y organigrama de la institución, así como los objetivos que la practicante se planteó al inicio de su pasantía.

En el Capítulo II se puntualizan las funciones asignadas a la estudiante a lo largo de su práctica profesional como Digital Project Manager; estas se dividen en tres categorías: redacción de artículos, generación de contenidos y creación de material gráfico, además se detallan las actividades con más relevancia.

En el Capítulo III se muestra el proyecto de mejora propuesto por la estudiante. Este incluye un diagnóstico de la empresa, nombre del proyecto, objetivos, descripción detallada de cada etapa, justificación, beneficiarios, cronograma de actividades, los recursos necesarios para su elaboración, presupuesto y evaluación final del proyecto. Dicho proyecto consiste en un MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA para la empresa ENTÉRATE PRODUCCIONES. El Manual tiene como objetivo establecer los parámetros a seguir al momento de implementar el nuevo Imagotipo de la empresa.

El Capítulo IV contiene las conclusiones de la estudiante acerca de todo el período de práctica profesional. Además incluye recomendaciones para la empresas ENTÉRATE PRODUCCIONES y BLOG RUTA5.

Al final del informe se encuentran la bibliografía, fuentes utilizadas para elaborar el informe, también el glosario, con la definición de términos técnicos utilizados en la redacción de este documento, y finalmente los anexos, con ejemplos que evidencian el trabajo realizado por la practicante.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo General

Implementar y ampliar las destrezas aprendidas como estudiante de UNITEC en un entorno profesional con la empresa Entérate Producciones.

1.1.2. Objetivos Específicos

1.1.2.1. Reforzar habilidades de redacción (en inglés y español) mediante los artículos desarrollados para la marca Blog Ruta 5.

1.1.2.2. Progresar en el diseño de materiales gráficos para la empresa Entérate Producciones y sus marcas aliadas.

1.1.2.3. Desarrollar destrezas nuevas a través de las asignaciones implementadas a la estudiante en Entérate Producciones.

1.1.2.4. Evaluar las principales necesidades de la empresa para determinar e implementar un proyecto de mejora.

1.2. Datos Generales de la Empresa

1.2.1. Reseña Histórica

Zuha Kafati Díaz, periodista hondureña, trabajó por 5 años en “periodismo migratorio”, allí llegó a conocer la realidad de la “migración forzada”, tanto historias con éxito e historias tristes y oscuras. Fue por ello que en el 2014 decidió

emprender con Entérate Producciones y su blog llamado Blog Ruta 5 (el número representa las 5 estrellas de la bandera de Honduras). Dentro de su blog comenzó a destacar historias inspiradoras de hondureños exitosos, con el propósito de motivar al resto de sus compatriotas a explorar el mundo e inspirarse a emprender o comenzar un proyecto. Actualmente, Ruta5 es considerado uno de los 5 blogs más informativos de Centroamérica destacando contenido útil y completo. Ha sido nominado como *Blog Viral del Año* por los *Viral Media Awards de Honduras* y también lo nominaron en los *XII Premios 20Blogs* que se organiza en Europa. La ruta e historia sigue creciendo, conectando vidas a través de esta plataforma. (Blog Ruta 5, s.f.)

1.2.2. Misión

“Destacar noticias positivas de Honduras y su gente. El perfil de nuestro entrevistado es: un estudiante que impacta en la academia con su participación activa en una universidad del mundo; el hondureño que emigró del país de forma legal o ilegal y que ahora se destaca como profesional o en una industria en particular como emprendedor”. (Blog Ruta 5, s.f.)

1.2.3 Visión

“Formar un “ecosistema” de hondureños exitosos en el mundo, fortalecer el emprendimiento y las noticias positivas de país”. (Blog Ruta 5, s.f.)

1.2.4 Servicios de la empresa

La empresa ofrece dos tipos de servicios: Servicios Generales y Servicios de Blog

Ruta 5.

SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS BLOG RUTA 5
<ul style="list-style-type: none"> ● CONTENIDO DIGITAL Para medios de comunicación, marca personal, blogs, redes sociales, etcétera. ● RELACIONES PÚBLICAS Programa de imagen personal dirigido a profesionales, estudiantes, microempresarios, etc. ● DISEÑO GRÁFICO Desde la idea hasta la realización de un logo, slogan, anuncios, comerciales y blogs. ● SITIOS WEBS Elaboración y administración de sitios web desde cero. ● ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Desde microeventos hasta 'business shower' ● NETWORKING Lo representamos en un evento y promovemos su negocio en cualquier parte del mundo ● FOTOGRAFÍA PROFESIONAL De retratos, paisajes, productos, conferencias de prensa, meetings, etcétera. ● CATÁLOGOS DIGITALES Dentro de ellas se destacan todos los productos, profesiones, servicios etcétera. ● ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y FIDELIZACIÓN Se desarrollarán y estrategias que aumenten la visibilidad, posicionamiento y fidelización por parte de sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● ANUNCIOS EN SITIO WEB Banners (dirigido a links externos), patrocinio de sección, publicación, videos, botón de compra (con link redirigiendo al lector al sitio de su preferencia), entre otros. ● REDES SOCIALES Actualmente contamos con LinkedIn, Instagram, Facebook y Twitter. Se harían menciones de la empresa, hashtags que fusioné nuestra colaboración de su tienda con mi blog. A sí mismo, motivar reacciones en cadena de mis lectores por su Tienda. ● ANUNCIOS EN NEWSLETTER O BOLETÍN ELECTRÓNICO Se envían cada viernes a los correos electrónicos de nuestra audiencia. ● MENCIONES EN PODCAST Actualmente nos escuchan en Spotify, Radio Public, Anchor, Google Podcast ● MARKETING DIRECTO Se envían emails directo a nuestro público promocionando su empresa. ● SORTÉOS Gift cards de descuentos, Giveaways, entre otros. ● PROMOCIONES Promoción de precios o descuentos exclusivos para nuestros lectores. <p><small>Contratación de servicio: tres (3) meses 6 meses 1 año Ubicación: Sugar Land, Texas EEUU Tel: 337-570-7972 Pagos via paypal money gram western union </small></p>

Tabla 1: Servicios de la empresa (elaboración propia)

1.2.5 Marcas Aliadas

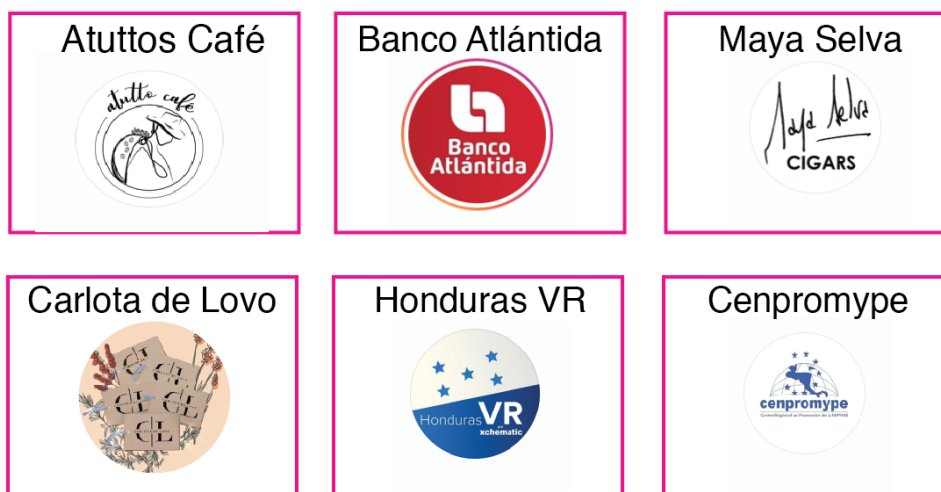


Tabla 2: Marcas Aliadas (elaboración propia)

1.2.6 Organigrama

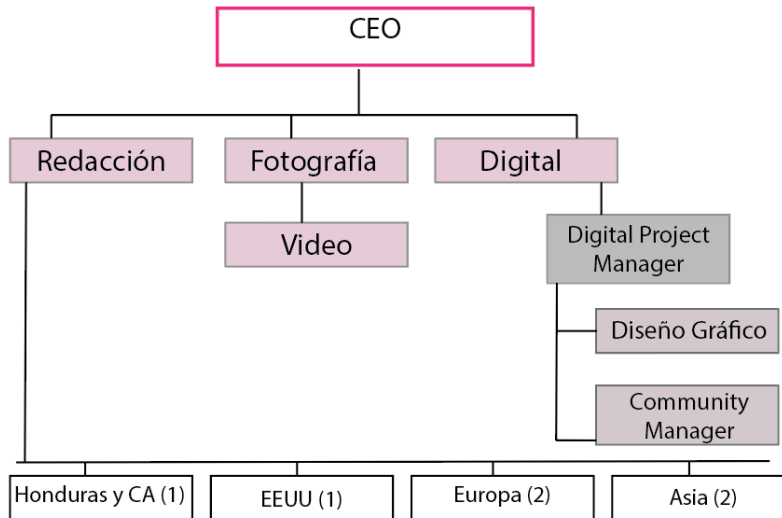


Tabla 3: Organigrama (elaboración propia)

Dentro de la empresa, la estudiante trabajó en el departamento de Digital Project Manager, se le confiaron distintas actividades, de las cuales se recalcan:

- Su apoyo en el departamento digital para Entérate producciones, Blog Ruta 5 y marcas aliadas.
- Contactarse con empresas o emprendedores hondureños o latinoamericanos para redacción de artículos o reportajes para Ruta 5.
- Generar contenido (incluyendo contenido audiovisual) para las redes sociales de Blog Ruta 5.

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

Dentro de esta sección se especificarán las actividades que se le confiaron a la estudiante María Teresa Durón durante **29 de abril – 14 de julio 2020** con la empresa Entérate Producciones: Blog Ruta 5.

2.1 Redactar Artículos

Blog Ruta 5 se destaca por ser una plataforma que desarrolla contenido (específicamente artículos, reportajes o entrevistas) de empresas o emprendimientos hondureños y latinoamericanos. La estudiante tuvo el privilegio de redactar distintos artículos para esta marca y publicarlos directamente en la plataforma web: <https://rutacinohn.com/>

2.1.1 Investigación de empresas o emprendedores:

La estudiante estuvo monitoreando las distintas redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn) en busca de algún emprendimiento, hondureños exitosos o empresa nueva. Cada semana se le solicitaba una presentación formal con 5-10 empresas o emprendedores (hondureños o latinoamericanos) que tuvieran un producto único para hacerles una entrevista. Esta presentación debía llevar: Nombre de la marca, país de origen, fotografía del producto y un breve resumen de lo que hacen. Las marcas luego eran aprobadas por la supervisora quien indicaba cuáles iban a ser contactadas. El jueves 4 de junio, se le solicitó a la estudiante crear un directorio de 70 empresas o emprendedores en Latinoamérica. El Directorio debía incluir una portada con título y logo de Ruta 5, dividir las empresas por país

y sus contactos (correo, sitio web o redes sociales). Una vez finalizado, se envió a la supervisora para retroalimentación y aprobación del producto final.

2.1.2 Contacto

Una vez aprobadas las empresas, la estudiante se contactaba de manera formal con la empresa o el emprendedor. Generalmente se mandaba un correo electrónico (o llamada) con copia secreta a la supervisora, donde se detallaba el propósito del correo, especificaciones de Ruta 5 y el interés del blog en hacer un artículo o reportaje de la marca. Una vez que la empresa o emprendedor estaba de acuerdo con la entrevista, se detallaban las preguntas con las que iban a tomar forma el artículo o reportaje. Se transcribían las respuestas y ya con esos detalles se podía comenzar la redacción del artículo.

2.1.3 Redacción y edición

La estudiante comienza el proceso de redacción del artículo de acuerdo a la información recolectada de la empresa o emprendedor. Una vez que el artículo estuviera concluido y revisado por la estudiante, se enviaba (en formato “google doc” editable) a la supervisora quien lo terminaba de perfeccionar mediante un proceso de edición. De igual forma, se detallaban el orden que iban a tomar los objetos externos (como fotografías o videos) al momento de publicarlo en la plataforma web.

2.1.4 Publicación y distribución

La estudiante hacía las correcciones sugeridas por la supervisora y luego verificaba con la Licenciada Zuha que todo estuviera en orden para la publicación. Una vez que tenía el visto bueno, lo volvía a redactar en la plataforma web y lo publicaba. Luego, la supervisora de la estudiante le enviaba los enlaces oficiales del “post” en las redes sociales de Blog Ruta 5 para distribuirlos a la empresa o emprendedor junto con un mensaje de agradecimiento por la confianza en la marca.

2.1.5 Traducción

La estudiante tuvo el privilegio de traducir los artículos más destacados del Blog Ruta 5 en inglés. Estos fueron publicados en la sección de “English” en la plataforma web. La supervisora le enviaba los artículos que deseaba traducir y la estudiante se los enviaba traducidos en inglés para revisión a través de un “google doc”. Una vez aprobados, la supervisora los publicaba en el sitio web o le permitía a la estudiante publicarlos.

2.2 Crear Material Gráfico

Durante las 11 semanas que la estudiante desempeñó su práctica profesional en Entérate Producciones, se le confió la elaboración de materiales gráfico para la empresa y sus marcas aliadas.

2.2.1 Plantillas

La estudiante creó distintas plantillas de Estrategias de Marketing para las marcas aliadas de Entérate Producciones. Cada plantilla debía ir personalizada de acuerdo a los colores de la empresa aliada y los servicios que ofrecía Entérate Producciones a esta marca. María Teresa tuvo la oportunidad de elaborar algunas estrategias para cada marca, elaboración de “Mock-Ups” de cómo se iban a ver los productos elaborados por la empresa y la elección de tipografías, colores y distribución visual de cada contenido. Así mismo, puso en práctica sus conocimientos en Marketing sugiriéndole a la supervisora qué contenido debía incluir en las estrategias.

Una vez que estuviera aprobada la plantilla, la supervisora le decía de manera general cómo iba a ir redactado cada sección. La estudiante lo redacta, luego la supervisora revisaba el contenido, se hacían correcciones y se enviaba la estrategia a la marca.

2.2.2 Propuestas gráficas

La estudiante se le encargó generar propuestas gráficas para la marca Entérate Producciones y sus marcas aliadas. Dentro de las propuestas que elaboró se destacan las siguientes:

- Propuesta de Imagotipo: La estudiante trabajó Imagotipo para Entérate Producciones ya que actualmente no contaban con uno. De igual forma, envió propuestas para la marca Leticia Banegas Art.
- Propuestas de “Stories”: Estas las elaboró para Blog Ruta 5. La estudiante le envió propuestas para su sección #TalentoCatracho, una representación

de los 18 departamentos de Honduras (con algún isotipo de cada departamento) y para la promoción de artículos. De igual forma hizo una propuesta para la celebración de 25 años de Maya Selva Cigars, donde explicarían el producto en los stories de Blog Ruta 5

- Propuestas de “Highlights”: Estas las trabajó para la marca Carlota de Lovo ya que era parte de la propuesta digital que se le envió (actualmente ya las está usando en su red social de Instagram). Así mismo, creó propuestas para la sección de Podcast de Blog Ruta 5.
- Propuestas de cartas de presentación: Estas las creó para la marca Carlota de Lovo, Blog Ruta 5 y Atutto’s Café. Debían incluir todos los medios de contactos de esta empresa, logo, colores corporativos y cualquier otra especificación por parte del cliente.
- Elaboración de firmas digitales: La estudiante creó propuestas de firmas digitales para la marca Carlota de Lovo y para la Licenciada Zuha K. Díaz.

2.3 Generar Contenido

Durante las 11 semanas de práctica, la estudiante se le encargaron propuestas de elaboración de contenidos para las redes sociales del Blog Ruta 5. Estos se detallan de la siguiente manera:

2.3.1 Material Audiovisual

La alumna creó un espacio de tutoriales de actividades que el público pueda hacer durante la Cuarentena. Esta sección se llama *Aprendiendo con Ruta 5*; eran videos

de 1 minuto que estarían en la red social de Facebook de Ruta 5. La alumna enviaba una propuesta con las actividades que se podrían hacer desde casa a la supervisora. Una vez aprobadas, la estudiante elaboraba la pre-producción, producción y post-producción de los videos.

- Pre-producción: Buscó los materiales que iban a ser necesarios para el tutorial, ayudantes para la elaboración de los productos, “scouting” de dónde se iba a grabar y la iluminación necesaria.
- Producción: Elaboró distintas tomas de cada proceso del tutorial. En las grabaciones generando la iluminación necesaria y estableciendo un personaje que haría el producto del tutorial.
- Post-producción: Creó cortina de entrada, de salida y rotulaciones en Adobe After Effects. Escogió las tomas ideales para el video y editó haciendo los cortes necesarios. Así mismo, eligió la música de fondo y editó el color de ser necesario.

Una vez terminado, la estudiante enviaba a supervisora para la aprobación final.

2.3.2 Catálogos

La estudiante elaboró distintos catálogos para exponerlos en la página web oficial de Blog Ruta5. El proceso de elaboración de cada uno se dividía de la siguiente manera:

- Investigación: Se investigaban las empresas que se iban a exponer en los catálogos. Así mismo, se exponían sus redes sociales u otras plataformas de

comunicación. Se buscaba la mejor fotografía de su producto o servicio para mostrarla dentro del documento oficial.

- Plantilla: Una vez recolectada la información, se elaboraban propuestas de plantillas de cómo se iba a ver los catálogos. Estos se enviaban a la supervisora y ella enviaba un correo con la retroalimentación y cambios a hacer.
- Elaboración de Catálogo final: Una vez que se corregían estos detalles ya se comenzaban a llenar con la información recolectada. Una vez finalizado, se enviaban a supervisora quien lo revisaba una última vez y los aprobaba.

Algunos de los catálogos que la estudiante elaboró son:

- Catálogos de PYMES Honduras: Se dividió en dos partes, ambos estaban divididos por departamento de Honduras, nombre de la empresa, fotografía del producto, detalles de qué hacen y sus redes sociales. El primer Catálogo exponía un total de 237 empresas, mientras que el segundo catálogo solo llevaba 66 empresas.
- Catálogo Ayuda Honduras – COVID-19: Este catálogo exponían empresas, organizaciones o grupos individuales que estaban recolectando insumos para ayudar a hospitales o comunidades vulnerables durante La Pandemia. La presentación mostraba un total de 42 iniciativas, un párrafo explicando de qué trataba, fotografía de sus proyectos y finalmente sus redes sociales o plataformas digitales de contacto.
- Catálogo Ayuda Centroamérica – COVID-19: Este es similar al catálogo de Honduras, sin embargo, era para ayudar a países Centroamericanos. De

igual forma llevaban un párrafo explicando la iniciativa, fotografías del proyecto y redes sociales o plataformas digitales de contacto. Para esta presentación, solo se solicitaron 10 iniciativas en total.

2.3.3 Estrategia de RSE Atutto Café

Se le explicó a la estudiante que la empresa aliada Atutto Café, quería implementar una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial frente a la Pandemia. Es por ello, que la estudiante elaboró una estrategia con la que Atutto ayudará donando insumos de bioseguridad a los hospitales de los departamentos La Paz y Lempira (departamentos donde cosechan su café); esto hace que la empresa tenga una imagen responsable con las comunidades de la cadena de valor. Para lograr recolectar el dinero, Atutto donará \$0.20 de las ventas de sus bolsas de café. Para elaborar esta iniciativa, la estudiante siguió el siguiente proceso:

- Investigación: La estudiante investigó los hospitales regionales de ambos departamentos y algunos Centros de Salud de estas comunidades. Así mismo, buscó contactos con los que se pueda dirigir la empresa al momento hacer las entregas o donaciones. De igual forma, propuso 3 empresas que ayudaran con la logística de llevar los insumos desde los Estados Unidos (lugar donde reside la empresa) hasta Honduras de manera gratuita.
- Procesos a seguir: En una presentación, la estudiante detalló el proceso que debe seguir Atutto al momento de implementar la estrategia. En esta se explican la manera en la que deben comunicar la iniciativa a sus distintos públicos, la importancia de elaborar una campaña, cómo implementarla en

todos los medios de comunicación y lo vital de ser transparente en todo el proceso.

- Campaña: La estudiante elaboró una campaña adaptada a todos los medios de comunicación de Atutto. Esta se elaboró en inglés y español.

2.3.4 Otro Material Digital

La estudiante elaboró fotografías, frases u otro contenido para utilizar dentro de las redes sociales de Blog Ruta 5. Cuando había un reportaje, se le solicitaba el diseño de alguna promoción para los “stories”. En fechas especiales (ejemplo: Día Mundial de la Diversidad Cultural) se hacían imágenes personalizadas con un “copy” para la celebración de ese día por parte del Blog. Así mismo elaboró “spots publicitarios” para la empresa Atutto Café. La estudiante se encargó de hacer la pre-producción, producción y post-producción de estos “spots” y enviárselos a la supervisora una vez estuvieran finalizados. Finalmente, en su última semana, se le encargó hacer una plantilla de una posible Revista Navideña para Blog Ruta5.

CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA

3.1 Nombre del proyecto

Manual de Identidad Corporativa: Entérate Producciones

3.2 Tipo de proyecto

El proyecto es de carácter privado con orientación productiva e influencia internacional. Consiste en un Manual de Comunicación orientado a la Imagen e Identidad Corporativa de la empresa Entérate Producciones.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

Desarrollar un manual de Identidad Visual Corporativa para la marca Entérate Producciones implementado para el segundo semestre 2020.

3.3.2 Objetivos Específicos

3.3.2.1 Diseñar propuestas de imagotipos para la empresa Entérate Producciones.

3.3.2.2 Crear un manual con especificaciones orientadas a la coherencia y unidad de la identidad corporativa de Entérate Producciones.

3.3.2.3 Garantizar una comunicación visual de Entérate Producciones con sus diferentes públicos.

3.4 Descripción

El proyecto está orientado en la comunicación interna y externa de la empresa Entérate Comunicaciones con énfasis en la imagen e identidad empresarial. Tomando esto en consideración, se elaboró un Manual de Identidad Corporativa en el que se resaltan: el nuevo imagotipo de la empresa, sus colores corporativos, tipografía, usos correctos e incorrectos, variación de color, papelería y aplicaciones. Este proyecto tiene 2 grupos de beneficiarios, los públicos internos de la empresa y sus públicos externos. El propósito es desarrollar un sentido de pertenencia y coherencia en la comunicación visual.

3.5 Justificación

Durante la primera semana de práctica se le informó a la estudiante que la empresa Entérate Producciones no contaba ni con un Imagotipo. Durante la tercera semana, se le asignó la elaboración de propuestas de estas mismas. Se le especificó que deseaba que el imagotipo contara con Camellos o Guacamayas, por lo que la estudiante elaboró 5 propuestas (ver anexo 6). La supervisora escogió uno y lo implementó para la comunicación interna y externa de los públicos de la empresa. Sin embargo, no cuentan con una herramienta o documento que recoja los principales elementos de la marca y los usos visuales correctos, por lo que la estudiante vio oportuno la implementación de un Manual de Identidad Corporativa. El propósito es facilitarle a cualquier colaborador interno o externo de la marca el uso correcto del imagotipo en la comunicación bilateral de Entérate Producciones y sus públicos.

3.6 Beneficiarios

3.6.1 Beneficiarios Directos

En este caso serían los colaboradores de la empresa Entérate Producciones. La empresa actualmente no cuenta con una oficina propia, todo es manejado de manera digital, por lo que la comunicación directa es un poco complicada. Actualmente hay 4 colaboradores en la empresa que trabajan de manera remota. Es por ello que el manual de identidad viene a facilitar una coherencia y unidad de la marca estableciendo los parámetros que se deben seguir.

3.6.2 Beneficiario Indirectos

Son todo el público externo que trata con la marca Entérate Producciones. En este caso, sus clientes, colaboradores futuros, aliados y proveedores de servicios técnicos. Al generar una buena identidad corporativa, se establece en la mente del público externo una personalidad y sentido de pertenencia con la marca.

3.7 Estrategia Metodológica

3.7.1 Etapa de diagnóstico

En la primera semana de práctica profesional, la supervisora le informó a la estudiante que actualmente la marca Entérate Producciones no contaba con un imagotipo, hasta esa fecha se utilizaba de manera interna y externa el isologotipo de El Blog Ruta5. A pesar de que ambas marcas trabajan juntas, los servicios que

ofrecen son diferentes, por lo que era necesario la elaboración de una imagen corporativa distinta.

3.7.2 Etapa de Diseño

Durante la tercera semana, la practicante elaboró propuestas de imagotipos de acuerdo a los parámetros establecidos por la supervisora. Se hizo un “brainstorm” de colores, tipografía e isotipos que la empresa pudiera implementar. Se elaboraron 5 propuestas vectorizadas. Esa misma semana se escogió uno, sin embargo, no se estableció un manual que estableciera una guía de los usos correctos de la imagen corporativa.

3.7.3 Etapa de gestión

1. Se estableció una comunicación constante con la supervisora de práctica Zuha Kafati durante las 11 semanas. Aquí se desarrollaron distintos proyectos, siendo uno de ellos la implementación de un imagotipo para la marca.
2. El 11 de mayo del 2020 se le asignó oficialmente la tarea de hacer una propuesta de distintos imagotipos que representaran la marca Entérate Producciones. Durante los primeros 2 días se investigaron los elementos que iban formar parte de este mismo.
3. La estudiante implementó distintas herramientas de diseño para la creación de las propuestas, entre ellas el uso de Adobe Ilustrador.

4. Se hicieron distintas propuestas de posibles “imagotipos” las cuales se enviaron a la supervisora. Se hicieron algunos cambios y se estableció el que iba a quedar como el representante de la marca.
5. Se desarrolló un manual de identidad visual estableciendo todos los parámetros a seguir para una correcta implementación del logotipo, isotipo, imagotipo, colores corporativos y tipografía.



Imagen 1: Extracción de Manual de Marca – Isotipo



Imagen 2: Extracción de Manual de Marca – Logotipo



Imagen 3: : Extracción de Manual de Marca – Imagotipo



Imagen 4: Extracción de Manual de Marca – Área de Protección



Imagen 5: Extracción de Manual de Marca – Tamaño Mínimo de Protección



Imagen 6: : Extracción de Manual de Marca – Colores Corporativos



Imagen 7: Extracción de Manual de Marca – Tipografía



Imagen 8: Extracción de Manual de Marca – Variaciones de Color



Imagen 9: Extracción de Manual de Marca – Usos Incorrectos de Imagotipo



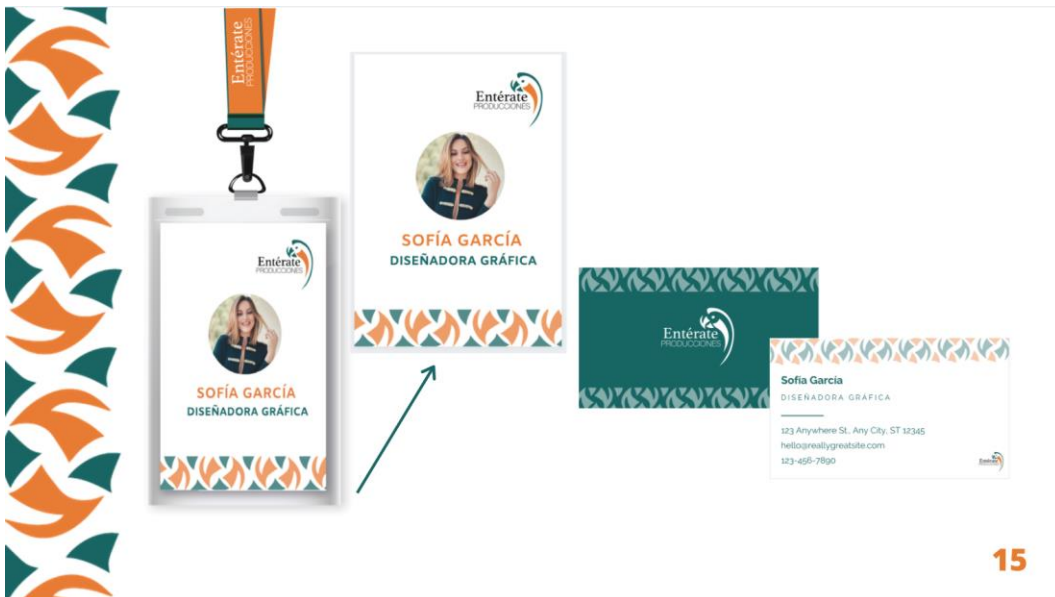
Imagen 10: Extracción de Manual de Marca – Motivo

6. Se desarrolló una propuesta de papelería y aplicaciones del imagotipo en productos y material promocional.



14

Imagen 11: Extracción de Manual – Papelería



15

Imagen 12: Extracción de Manual – Papelería



Imagen 13: Extracción de Manual – Papelería



Imagen 14: Extracción de Manual – Aplicaciones



Imagen 15: Extracción de Manual – Aplicaciones

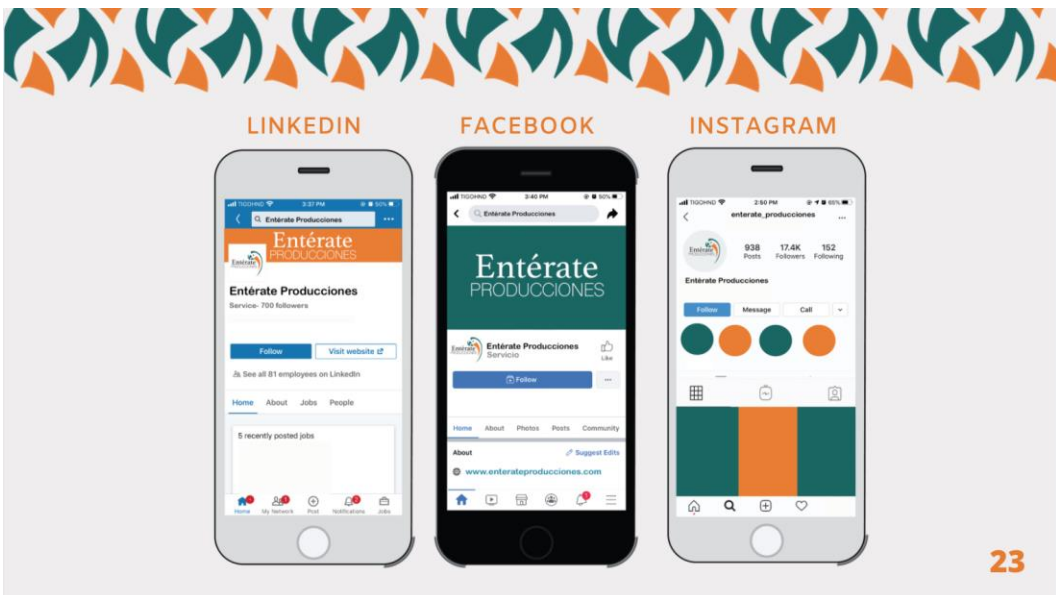


Imagen 16: Extracción de Manual – Aplicaciones Redes Sociales



Imagen 17: Extracción de Manual – Aplicaciones Página Web

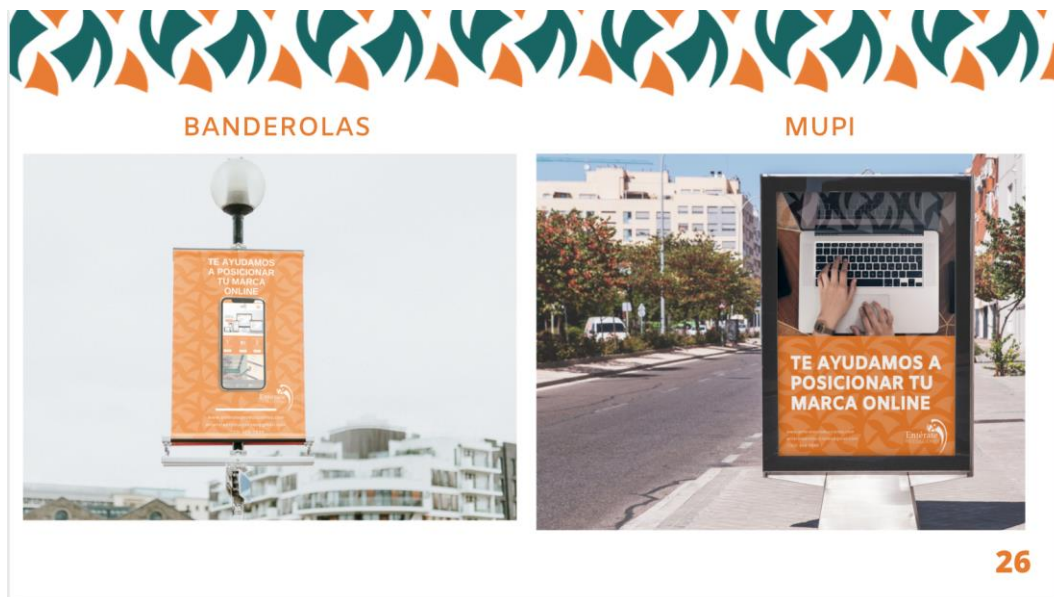


Imagen 18: Extracción de Manual – Aplicaciones Exterior

(Cabe resaltar que estas imágenes solo son una pequeña parte del Manual de Identidad Corporativa. El archivo completo está adjuntado como un documento aparte)

3.7.4 Etapa de Socialización

A mediados del mes de julio, se comunicará a los públicos internos la nueva imagen corporativa de la marca Entérate Producciones. Se les compartirá el manual de Identidad Corporativa para que queden establecidos los usos correctos de la identidad visual. Una vez implementada, se les mandará un comunicado oficial a los aliados de la empresa presentando la nueva imagen corporativa de Entérate Producciones.

3.8 Cronograma

Actividad	Objetivo	Recursos	Tiempo	Descripción
Reunión con Supervisora	Explicar la necesidad de un imagotipo para la marca Entérate Producciones.	Computador, internet, sistema de video llamada.	1 hora	Se describió los parámetros a seguir para el desarrollo del imagotipo.
Ideación	Idear la ejecución y desarrollo de las propuestas	Computador, papel, lápiz, colores, internet y Adobe Ilustrador	2 días	Se comenzó a investigar y hacer prototipos de cómo se iba a visualizar el imagotipo.
Creación de propuestas	Desarrollar propuestas oficiales de imagotipos para la empresa Entérate Producciones.	Computador y Adobe Ilustrador	1 día	Se desarrollaron 5 propuestas oficiales para la marca Entérate Producciones.
Selección y retroalimentación de imagotipo	Establecer reunión con supervisora para	Computador, Internet y sistema para	1 hora	Se estableció una reunión con supervisora para la

	retroalimentación	video llamada	retroalimentación del imagotipo
Correcciones	Corregir los cambios establecidos por supervisora.	Computador a y Adobe Ilustrador	2 hrs
Desarrollo de Manual de Identidad Corporativa	Desarrollar un manual de Identidad Corporativa para la marca Entérate Producciones	Computador a y Adobe Ilustrador	1 semana
Entrega final de Manual de Identidad Corporativa	Entregar el Manual de Marca a supervisora de práctica	Computador a e internet	1 día
			Crear un manual de marca que establezca los usos correctos de la marca Entérate Producciones y ejemplos de aplicaciones.
			Entregar el Manual de Marca finalizado en formato PDF a la supervisora de práctica.

3.9 Recursos

3.91.1 Recursos materiales

- Computadora: Se utilizó para reuniones, investigación y todo el proceso de diseño e implementación.
- Sistema para video llamada: Se utilizaron Zoom, FaceTime y WhatsApp para las video llamadas y comunicación con supervisora.
- Internet: Herramienta fundamental durante toda la práctica y proceso del proyecto.

- Adobe Ilustrador: Licencia utilizada para el diseño del imagotipo y Manual de Identidad Corporativa.
- Cuaderno y lápiz: Para anotar las indicaciones de supervisora y en la etapa de ideación.

3.9.2 Recursos humanos

- Diseñadora: Elaborará el Manual de Identidad Corporativa e imagotipo, este papel lo tomó la estudiante María Teresa Durón.

3.10 Presupuesto

Actividad	Descripción	Valor en Lempiras
Licencia Adobe Ilustrador	Uso de sistema de diseño Adobe Ilustrador durante 3 meses	L. 1,489.0051
Diseño de Imagotipo	Diseño de propuestas de Imagotipo para la marca Entérate Producciones	L. 4,500.000
Diseño de Manual de Marca Básico (Recurso Humano)	Creación de Manual de Identidad Corporativa Básico: Colores Corporativos, Tipografía Corporativa, Variación de color, usos incorrectos, papelería, aplicaciones, señalética.	L. 15,000.00
Total		L. 20,989.0051

3.11 Indicadores de evaluación del proyecto

3.11.1 Encuesta: Implementar una encuesta a colaboradores para medir el nivel de satisfacción con la nueva imagen corporativa. Esta evaluación se implementó el primero de agosto. (Pueden ver los resultados en Anexo 27)

3.11.2 Observación: Observar si los colaboradores están siguiendo las normas y usos correctos del Manual de Identidad Corporativa al momento de comunicarse con los públicos externos e internos.

Actualmente el imagotipo quedó establecido y el Manual de Identidad Corporativa ya fue enviado a los colaboradores de la marca. El público externo podrá conocer la nueva imagen de la marca próximamente, donde se hará un lanzamiento formal de la marca. El Manual será de vital importancia durante este tiempo. (Se puede ver la aceptación de la propuesta en el Anexo 28)

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La estudiante reforzó y mejoró sus habilidades en redacción, tanto en inglés como en español, mediante la práctica diaria, apoyo en edición por parte de su supervisora y asignaciones publicadas de artículos en Blog Ruta5.
- La estudiante logró afinar sus habilidades en diseño mediante distintos proyectos gráficos para la empresa Entérate Producciones y sus marcas aliadas. Dichos proyectos han sido implementados en los distintos medios de comunicación de las empresas.
- La estudiante desarrolló nuevas destrezas de investigación, comunicación, benchmarking y trato con clientes. Así mismo, logró complementar su formación académica dentro del campo profesional lo que le aportó a mejorar sus habilidades blandas y moldear su carácter.
- La estudiante contribuyó a la empresa Entérate Producciones con la creación e implementación de un Manual de Identidad Corporativa con el nuevo imogotipo de la empresa. Dicho Manual será de suma importancia y beneficio para los colaboradores de la empresa y futuros practicantes para que la marca tenga una imagen coherente frente a sus distintos públicos.

Recomendaciones

- Se recomienda evitar variar el isologotipo en las Redes Sociales de la empresa Blog Ruta5. Actualmente manejan 3 distintas variaciones en Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y www.rutacincohn.com
- Es recomendado hacer un “Brief” que recaude toda la información posible de la empresa o cliente, para tener de manera escrita sus objetivos, estrategias, público objetivo y otra información necesaria. Esto facilitará la elaboración de productos finales.
- Tener cuidado al momento de redactar en redes sociales (inglés o español). El Blog Ruta5 escribe de manera formal en su página web, se recomienda utilizar el mismo lenguaje, ortografía, signos de puntuación en sus redes sociales y comunicación en correo electrónico.
- Crear un cronograma de publicación para los artículos de El Blog Ruta5. Antes de solicitar contactarse con nuevos emprendedores o perfiles, se deben evaluar y contestar los que ya han brindado su información, así mismo, revisar los artículos que ya fueron redactados. Algunos empresarios quedaron pendientes de su fecha de publicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Kafati, Z. (2020). *Entérate Producciones - Blog Ruta 5*. Recuperado en abril del 2019.
- Apd, R. (2020, 29 mayo). ¿Conoces las diferencias entre identidad e imagen corporativa? Recuperado 26 de junio de 2020, de <https://bit.ly/39ezfB3>
- Alcaraz, M. (2020, 25 mayo). Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian? Recuperado 21 de junio de 2020, de <https://bit.ly/3hkQsMg>
- M. (2020, 13 mayo). Brief publicitario, tipos de brief o briefing, su significado y ejemplos. Recuperado 26 de junio de 2020, de <https://bit.ly/3eNmO0q>
- Tipos de proyectos y sus principales características | OBS Business School. (s. f.). Recuperado de <https://bit.ly/3jnO9tz>
- Alcaraz, M. (2020, mayo 25). Manual de Identidad Corporativa: qué es y por qué lo necesitas. Recuperado de <https://bit.ly/2OFnbPN>
- García-Allen, J. (2020, 20 julio). Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. Recuperado de <https://bit.ly/3js0Nb8>
- Cómo hacer un manual de identidad corporativa (incluye ejemplos). (2020, 18 mayo). Recuperado de <https://bit.ly/3jqPBv0>

- Samsing, C. (s. f.). Branding Empresarial: Cómo crear un Manual de Identidad Corporativa. Recuperado de <https://bit.ly/3eIyphj>
- Cómo crear una combinación de colores para tu marca. (2020, 18 mayo). Recuperado de <https://bit.ly/2WEhjLn>
- Alonso, L. (2020, 17 julio). Cómo elegir la mejor tipografía para tu marca: cuál es la más adecuada. Recuperado de <https://bit.ly/3fPjIQb>
- K. (2017, 31 octubre). Entidades del catálogo de productos (Guía para desarrolladores de Dynamics 365 Customer Engagement (on-premises)). Recuperado de <https://bit.ly/2OJIQ9O>
- Comunicación, P. D. P. (s. f.). Preproducción, producción y postproducción audiovisual. Recuperado de <https://bit.ly/3eMGjGv>
- Siqueira, A. (2020, 2 junio). Buyer Persona: ¿Qué es y por qué es importante para tu estrategia? Recuperado de <https://bit.ly/2Bfrleb>

GLOSARIO

Imagen Corporativa: La Imagen Corporativa es la percepción que tiene un público sobre una Marca. Va muy arraigada con los valores y filosofía de la empresa y sus elementos tangibles e intangibles. Todo esto aporta a que tengan una reputación en las mentes de sus públicos. (Apd, 2020)

Identidad Corporativa: Es la personalidad y esencia visual que una empresa quiere transmitir a sus públicos internos y externos. Va muy arraigada con los elementos visuales y recursos gráficos que aporta una cultura y comunicación corporativa de la empresa hacia el exterior. (Apd, 2020)

Manual de Identidad Corporativa: Documento que se debe realizar cuando uno diseña o rediseña una imagen de marca o se hace un trabajo de branding. El manual define y recoge todos los elementos que conforman la identidad visual de la marca. (Alcaraz, 2020)

Logotipo: Representación gráfica de una marca utilizando únicamente la composición de palabras y tipografía. (Alcaraz, 2020)

Isotipo: Representación gráfica de una marca utilizando únicamente un símbolo o ícono sin que lo acompañe alguna palabra o tipografía. (Alcaraz, 2020)

Imagotipo: Representación gráfica de una marca que une un Logotipo y un Isotipo creando un equilibrio perfecto. Ambos elementos pueden funcionar de manera separada o juntos. (Alcaraz, 2020)

Isologo: Unión entre un Logotipo y un Isotipo, sin embargo, estas no se pueden separar ya que ambos funcionan juntos y son indivisibles. Si se separan no funcionan ni aportan un valor o significado. (Alcaraz, 2020)

Brief: Documento que detalla de manera escrita la mayor cantidad de información necesaria (objetivos, estrategias de marketing y ventas, público objetivo, etcétera) de alguna empresa, organización o cliente con el que se va a trabajar. (M, 2020)

Proyecto Privado: Proyecto está orientado exclusivamente a una iniciativa privada o empresas que tienen un capital particular. (Obsbusiness, s.f)

Proyecto con orientación productiva: Cuando el proyecto busca promover la producción de servicios, bienes o productos con un objetivo determinado. (Obsbusiness, s.f)

Proyectos internacionales: Proyecto que se va a compartir en dos o más países. (Obsbusiness, s.f)

Catálogo de producto o servicios: Recopilación de productos o servicios con información de los precios y otra información necesaria de la empresa. (K. 2017)

Psicología del color: Campo de estudio que analiza la manera en la que se percibe y se comporta un humano ante distintos colores. De igual forma analiza las emociones que suscitan los colores en las personas. (García-Allen, 2020)

Preproducción: La fase que más importancia tiene en el proceso de producción. Es un plan de trabajo donde se define la idea del proyecto, las fases que tomará, equipo técnico, artístico, edición, vestuario, maquillaje, entre otros detalles que se usará al momento de producción. (Comunicación, P. D. P, s. f.)

Producción: Es cuando se pone en práctica todas las ideas y plan definido en preproducción del proyecto. (Comunicación, P. D. P, s. f.)

Postproducción: Se selecciona el material grabado y se comienza el proceso de edición y montaje del proyecto. (Comunicación, P. D. P, s. f.)

Buyers Persona: Personaje ficticio que se construye a partir de una etnografía de una población: género, edad, costumbres, creencias, entre otros aspectos. De igual forma se incluye su perfil psicológico, cualidades de la persona y comportamientos. (Siqueira, A, 2020)

ANEXOS

Anexo 1: Ejemplo de Formato Redacción y Edición de Artículo



"De vivir en un mundo donde te rodea tanta belleza que disfrutas a través de la visión; llegué a caer en un mundo de tinieblas, donde todo lo que veo es oscuridad. Esto te perjudica emocionalmente porque haciendo retrospectiva a esos momentos, pues no quería seguir viviendo".

Así comienza nuestra entrevista nos confiesa Kelvin Josué Castillo Fuentes, quien se

Anexo 2: Ejemplo de publicación de artículo en sitio web

HONDURAS TALENTO CATRACHO

Hondureño no vidente exitoso en el mundo terapéutico

por Maite Duron Actualizado el 05/11/2020 Deja un comentario



"De vivir en un mundo donde te rodea tanta belleza llegué a caer en uno de tinieblas, donde todo lo que veo es oscuridad".

Así comienza nuestra entrevista Kelvin Josué Castillo Fuentes, quien se destaca como Masajista Terapéutico Profesional en una clínica privada de Tegucigalpa, Honduras.

A sus 26 años le ha tocado superar muchas barreras, siendo una de ellas su discapacidad

Anexo 3: Ejemplos de algunas traducciones publicadas por la estudiante en sitio web.

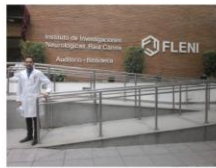


ENGLISH

A Honduran dentist has earned the love of the people in Beijing.

por Maite Duron Actualizado el 05/15/2020 [Deja un comentario](#)

Paola Raquel Palacios Ramirez arrived in Beijing, China in 2017. «I emigrated due to lack of employment and opportunities.» she tells #Ruta5hn.



ENGLISH

In Alberta, Canada: Honduran developed lenses that detect nervous ‘tics’

por Maite Duron en 05/13/2020 [Deja un comentario](#)

With only 35 years, Alex Medina Escobar is a clinical investigator at the Hotchkiss Brain Institute in Alberta, Canada.



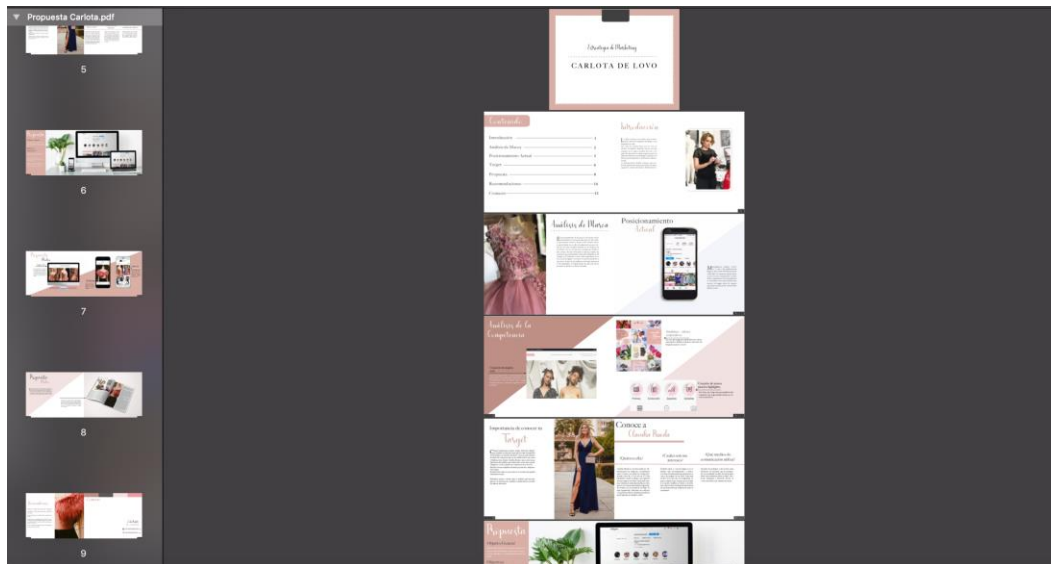
ENGLISH

Although she lives in Germany she will build a Hospital in Comayagua

por Maite Duron en 05/12/2020 [Deja un comentario](#)

Almost eight years have passed since Jenny Gaekel Escoto emigrated from Comayagua to Germany.

Anexo 4: Ejemplo de plantillas de Marketing para Cliente



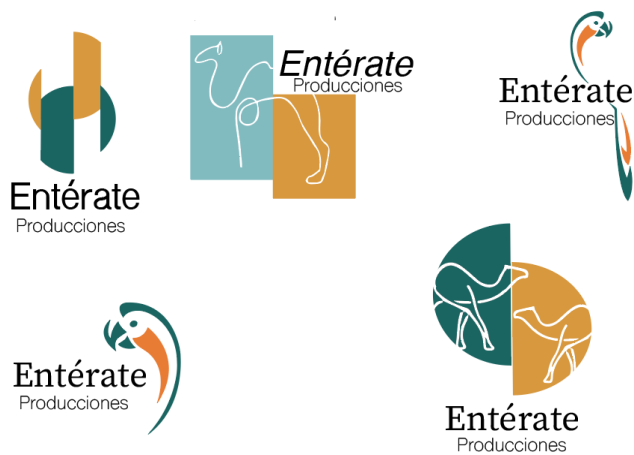
Anexo 5: Ejemplo de propuestas de isologotipos trabajados para marca Leticia

Banegas

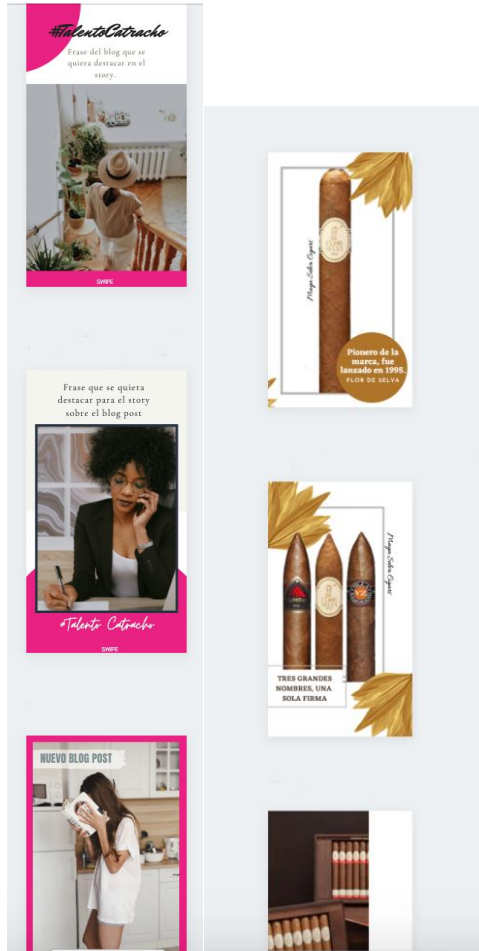


Anexo 6: ejemplos de propuestas de isologotipos elaborados para Entérate

Producciones

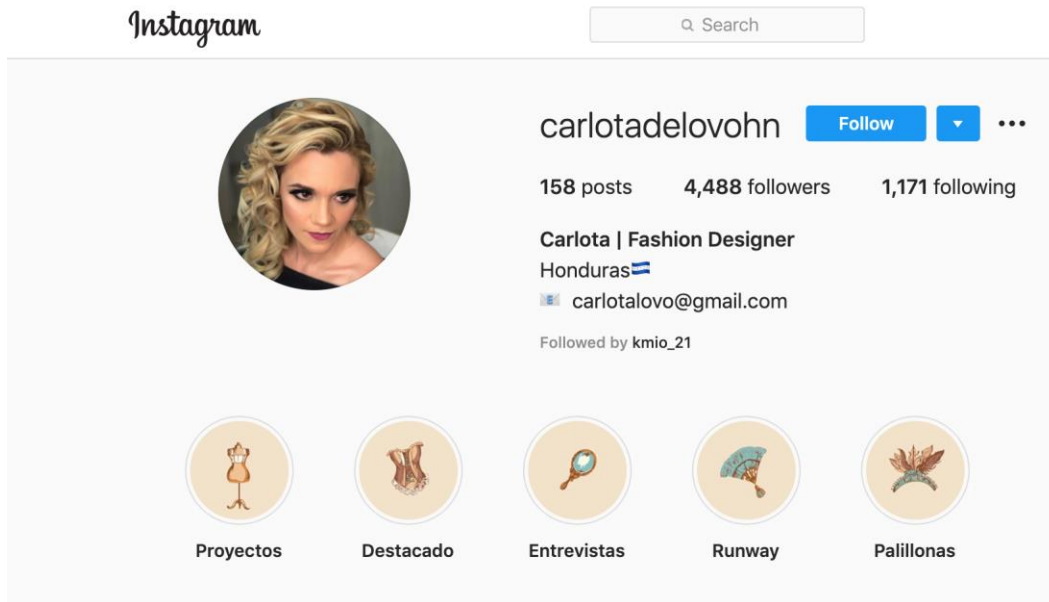


Anexo 7: Ejemplos de plantillas stories para marca Maya Selva Cigares y Blog



Ruta 5

Anexo 8: Highlights elaborados por la estudiante y ya implementados para marca Carlota de Lovo



Anexo 9: Ejemplo de video tutoriales producido, editado y publicado.



Blog Ruta 5

May 29 at 11:23 PM · 🌐



Ya que estamos en casa con los niños, déjenlos que aprendan a hacer paletas, pilones o vasitos de galleta oreo...

#yomequedoencasa #recetas



Anexo 10: Directorio elaborado para Ruta 5 con 70 empresas LATAM



Anexo 11: Extracción de Directorio Emprendimientos LATAM – Ejemplo de Empresas

Tuti

MEXICO

Muñecas hechas a mano y personalizadas de manera detallada. Cada muñeca quiere reflejar la personalidad del dueño.

- **Web:** <https://tuti.mx/muneca-recortable-tuti>
- **Contacto:** quiero@tuti.mx
- **Instagram:** @tutimx



Anexo 12: Catálogo PYMES en Honduras: Lo pueden encontrar completo en www.rutacincohn.com

ÍNDICE

ATLÁNTIDA	04
CHOLUTECA	08
COLÓN	15
COMAYAGUA	18
COPÁN	25
CORTÉS	30
EL PARAÍSO	53
FRANCISCO MORAZÁN	57
GRACIAS A DIOS	71
INTIBUCÁ	73
ISLAS DE LA BAHÍA	76
LA PAZ	80
LEMPIRA	82
OCOTEPEQUE	85
OLANCHO	88
SANTA BÁRBARA	92
VALLE	95
YORO	98

Anexo 13: Extracción Catálogo PYMES Honduras

OP WOODWORKING
 PRODUCTO: ARTICULOS DE MADERA
 UBICACIÓN: LA CEIBA
 @opwoodworking
 /OP-Woodworking

HOMESTYLE TEQUEÑOS
 PRODUCTO: TEQUEÑOS HECHOS EN CASA
 UBICACIÓN: LA CEIBA
 @homestyle.tequenos

FACE JUNKY
 PRODUCTO: VENTA DE MAQUILLAJE
 UBICACIÓN: LA CEIBA
 @facejunkyhn

Anexo 14: Catálogo Ayuda COVID-19 Honduras

CATÁLOGO DE EMPRESAS
UNIDAS EN LA LUCHA COVID-19
HONDURAS



Ayudemos a Honduras durante el COVID-19

¡Aportemos desde casa!

Anexo 15: Extracción de Catálogo Ayuda COVID-19 Honduras



Heroes Catrachos

Héroes Catrachos

Buscan apoyar al personal médico durante esta crisis, aportando productos de bioseguridad para que se mantengan seguros y protegidos durante su lucha ante el COVID-19.

 @heroes_catrachoshnd

 /heroescatrachoshnd

Anexo 16: Extracción de Catálogo Ayuda COVID-19 Centroamérica



Juntos por Centroamérica Durante COVID-19

¡Aportemos desde casa!

Anexo 17: Propuesta de RSE Atutto Café

Propuesta RSE Atutto Café

Ayudando Hospitales de Honduras



Anexo 18: Extracción de Propuesta RSE – Atutto Café

¿Cómo puede ayudar Atutto Café?

Atutto importa y cultiva sus granos de café en dos Departamentos de Honduras: La Paz y Lempira. Como estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, sería muy oportuno que Atutto proyecte una buena imagen ayudando a estas comunidades. ¿Cómo? Donando un porcentaje establecido (\$0.20) de las ventas del producto a los hospitales de esta región. Estas donaciones pueden ser a través de insumos de bioseguridad o directamente con dinero.

01 Donando insumos al Hospital Roberto Suazo Córdova de La Paz
Se han reportado 118 casos de COVID-19 en este departamento. (Datos julio 1, 2020)

02 Donando Insumos al Hospital Juan Manuel Gálvez de Gracias, Lempira.
Se han reportado 31 casos de COVID-19 en este departamento. (Datos julio 1, 2020)

Anexo 19: Extracción de Propuesta RSE – Atutto Café Campaña (Español)

SÉ UN HÉROE – POSTS



Anexo 20: Extracción de Propuesta RSE – Atutto Café Campaña (Inglés)

BECOME A HERO – POSTS



Anexo 21: Extracción de Propuesta RSE – Atutto Café Campaña (Adaptación stories)

SÉ UN HÉROE – STORIES



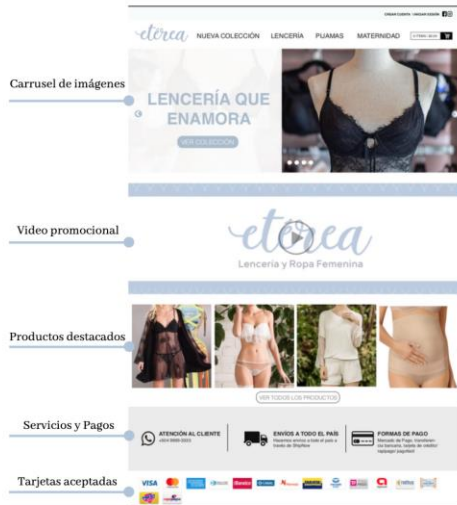
Anexo 22: Extracción de Propuesta RSE – Atutto Café Campaña (Adaptación banners)

SÉ UN HÉROE – BANNER



Anexo 23: Ejemplo de propuestas de maquetación Sitios Web - Etérea


Propuesta #1



Anexo 24: Portada de Manual de Identidad Corporativa Entérate Producciones



Anexo 25: Costo de Aplicaciones Creative Cloud



Creative Cloud All Apps

20+ apps, including Photoshop, Illustrator, and InDesign. **Save over 60%.**

US\$**19.99**/mo
~~US\$52.99/mo~~

the first year, and US\$29.99/mo after that — [See terms](#)

[Buy now](#)

Anexo 26: Servicios y costos de Diseñador Gráfico Juan Fernando Palma

Servicios Diseño Gráfico Juan Fernando Palma

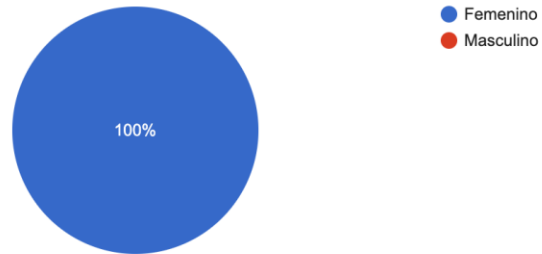
RTN: 04131997006129

SERVICIOS	PRECIOS
Re-diseño de Marca	L 2,700.00
Diseño de Logotipos	L 4,500.00
Manual de Marca Básico	L 15,500.00
Diseño de Imagen Gráfica para todo tipo de eventos (Congresos, Seminarios, Cursos, Presentaciones, etc.)	L 16,500.00
Diseño de Empaques	L 7,500.00
Diseño de Etiquetas	L 4,000.00
Diseño de Papelería básica	L 3,500.00
Diseño de Folletos	L 750.00
Diseño de artes para redes sociales	L 500.00
Diseño de Flyers	L 600.00
Diseño y maquetación de revista (por página)	L 180.00
Diseño para carátula de Libros	L 3, 500.00
Diseño de Brochures	L 2,500.00
Diseño de poster	L 2,000.00
Diseño de infografías	L 1,800.00
Diseño de logos animados	L 5,600.00
Manual de Señalética	L 10,500.00
Diseño para publicidad exterior	L 4,500.00
Diseño para Stand	L 2,500.00
Diseño de mascotas	L 3,500.00
Diseño para merchadising 10 piezas	L 5,500.00
Retoque fotográfico simple	L 650.00
Diseño para vista previa de mockup	L 500.00
Diseño de iconos (individual)	L 400.00

Anexo 27: Resultados de encuesta aplicada a colaboradores de empresa.

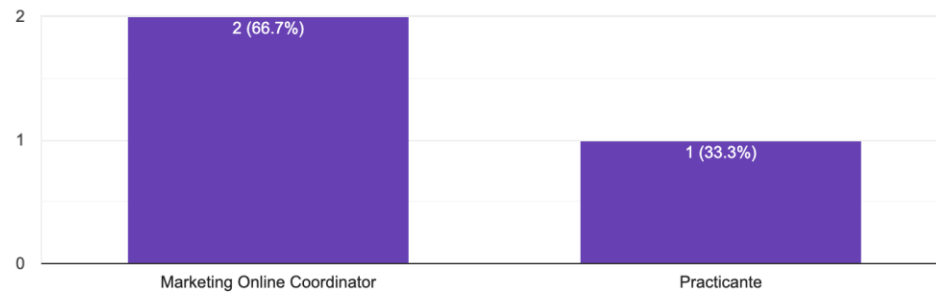
Sexo

3 responses



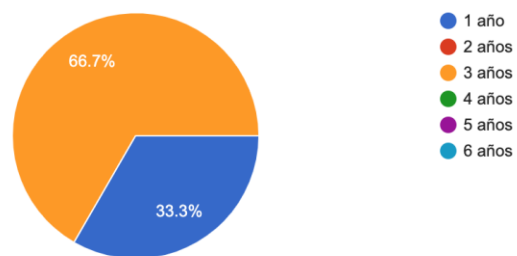
¿Cuál es su ocupación en la empresa?

3 responses



¿Cuánto tiempo lleva laborando para Entérate Producciones?

3 responses



¿Cómo se comunica con sus compañeros de trabajo?

3 responses



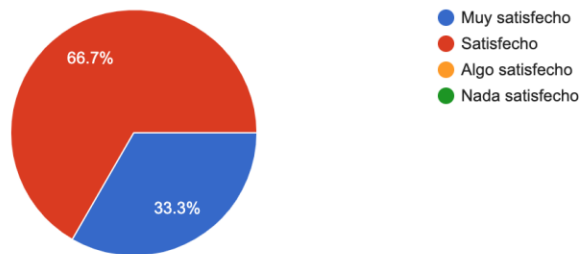
¿Qué medios institucionales ha utilizado para la comunicación con los públicos externos de Entérate Producciones?

3 responses



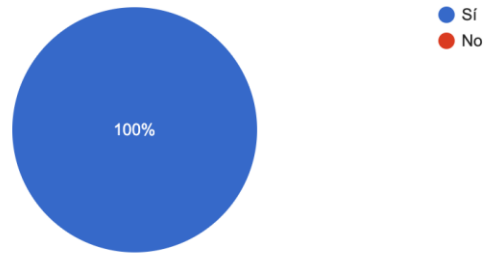
¿Qué tan satisfecho se siente con la nueva imagen corporativa de Entérate Producciones?

3 responses



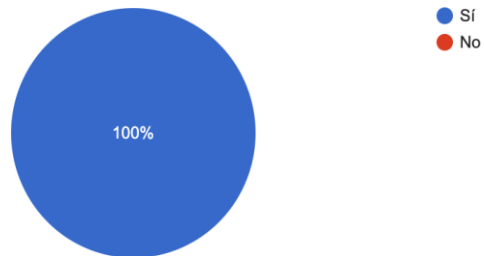
¿Los elementos explicados en el Manual de Identidad Corporativa son fáciles de entender?

3 responses



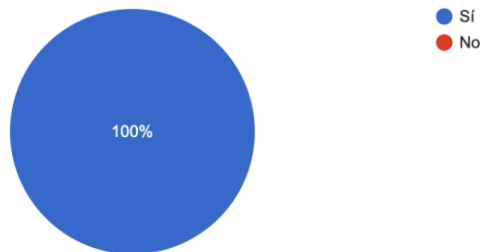
¿Considera que tener un Manual de Identidad Corporativa le facilitará usar la marca de manera correcta al momento de la comunicación institucional interna o externa?

3 responses



¿Se siente más identificado con la marca ahora que tiene una imagen corporativa?

3 responses



Anexo 28: Correo de la entrega formal del Manual de Identidad Corporativa y su aceptación.

to Ruta ▾

Buen día Zuha, espero se encuentre bien.

El siguiente correo es para compartir con usted el proyecto de mejora que hice para Entérate Producciones. Consiste en un Manual de Identidad Corporativa para esta empresa implementando el imagotipo de la Guacamaya. El objetivo es resumir en un documento los principales elementos de la marca junto con sus usos correctos; esto garantizará una buena imagen corporativa al momento que sus públicos internos y externos traten con la marca.

Si tiene alguna consulta, quedo a la orden.

Saludos

María Teresa Durón



Ruta 5

to me ▾

🌐 Spanish ▾ > English ▾ [Translate message](#)

La felicito, me gustó todo!

Ud me puede mandar las variaciones de color en png? Y de nuevo el logo y el isótopo por aparte?

Gracias x todo!



Ruta 5

to me ▾

🌐 Spanish ▾ > English ▾ [Translate message](#)

Gracias!

Ya lo pasé a dos colaboradores más