

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

NEWBOLD GROUP

SUSTENTADO POR:

KARLA MARÍA DOMÍNGUEZ TORRES

NÚMERO DE CUENTA:

11641006

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

PUBLICITARIA

TEGUCIGALPA, M.D.C. HONDURAS, C.A

FECHA: OCTUBRE 2020

MIEMBROS DE LA TERNA:
CARLOS ARTURO DUBÓN
JOSUÉ DAVID OSORIO
SERVIO TULIO MATEO

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020

KARLA MARÍA DOMÍNGUEZ TORRES

Todos los derechos son reservados.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Newbold Group, por permitirme ser parte de su equipo de trabajo. Me abrieron sus puertas para tener esta experiencia única y así culminar mi formación profesional. Quiero agradecer a Claudia Padilla, que creyó en mis habilidades y gracias a ella logré realizar mi práctica en Newbold Group. También a todo el equipo de mercadeo que me apoyó, instruyó y me enseñó a trabajar en equipo.

DEDICATORIA

Agradezco primeramente a Dios todopoderoso, en quien confío para que guíe y moldee mi vida para lograr cada uno de mis éxitos. Me ha dado sabiduría y fuerza durante muchos años y confío en los planes que tiene para mi vida.

Agradezco asimismo a mis padres, Carlos Domínguez y Adriana Torres, y mi hermano Carlos Adrián que, con sus sacrificios, apoyo, dedicación y consejos, me han llevado de la mano a través de esta etapa. Todas las enseñanzas y valores que me inculcaron desde pequeña, han influido en la persona profesional que hoy soy. También a mis abuelas María Paredes y Flavia Cruz, que han sido un apoyo emocional; a mis abuelos Martín Domínguez y Adrián Torres que me cuidan desde el cielo.

Agradezco también a todos mis docentes, que generosamente me compartieron sus conocimientos y experiencias. A ellos les debo la pasión por la carrera que ahora poseo. Supieron tolerarme y moldearme para poder ser una profesional exitosa. Principalmente agradezco a Celeste Pineda que además de ser una gran docente, se convirtió en una amiga con la cual estaré agradecida por siempre.

En última instancia, quiero agradecer a mis colegas, Nick Plata, Stephanie Mejía y Juan Pagoaga, que siempre me brindaron su apoyo. Hemos compartido muchas aventuras y proyectos que me formaron como persona y como profesional.

ÍNDICE

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO	VII
CAPÍTULO I: GENERALIDADES	1
1.1 Objetivos.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 Antecedentes de la empresa	1
1.2.1 Historia.....	1
1.2.2 Empresas dentro de Newbold Group	2
1.2.3 Proyectos destacados de Newbold Group	3
1.2.4 Estructura del área de mercadeo	3
1.2.5 Cargo y Funciones	4
1.2.6 Estructura de Negocio	5
CAPÍTULO II. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA	
INSTITUCIÓN	6
1. Proponer la imagen gráfica y contenido para IG de CORE Gym	6
2. Proponer contenido de Instagram para Casa Campo	7
3. Preparar el contenido de DCS Senior Entrance	8
4. Diseñar la pauta digital de DelCampo English Center.....	9

5.	Crear las animaciones de cada logotipo de las empresas de Newbold Group	10
6.	Preparar las publicaciones del Día de Independencia para todas las marcas	11
7.	Crear videos animados para la reapertura de CORE Gym.....	12
8.	Proponer contenido audiovisual de DCS para las efemérides del Día del niño y Día del Maestro	13
9.	Diseñar el estilo de las redes sociales de Suppleo.....	14
CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA.....		16
1.	Diagnóstico	16
2.	Nombre del Proyecto	16
3.	Tipo de Proyecto.....	16
4.	Objetivos.....	16
	Objetivo General	16
	Objetivos Específicos	17
5.	Descripción del Proyecto	17
6.	Justificación del Proyecto.....	17
7.	Beneficiarios	18
	Beneficiarios Directos	18
	Beneficiarios Indirectos	18
8.	Estrategia Metodológica.....	18
	Etapa de Diagnóstico.....	18
	Etapa de Diseño.....	19
	Etapa de Gestión.....	19

Etapa de Socialización	20
Etapa de Implementación.....	20
Etapa de evaluación	20
9. Cronograma de Actividades.....	21
10. Recursos.....	22
10.1 Recursos Materiales	22
10.2 Recursos Humanos	22
11. Presupuesto	22
12. Indicadores de Evaluación del Proyecto	24
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
1 Conclusiones	25
2 Recomendaciones	25
BIBLIOGRAFÍA	27
GLOSARIO.....	29
ANEXOS	31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>1 Empresas dentro de Newbold Group</i>	<i>2</i>
<i>2 Organigrama del depto. de Mercadeo</i>	<i>3</i>

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Cronograma</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 2 Presupuesto</i>	<i>23</i>

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento, realizado por la alumna Karla Domínguez, de la carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC, resume las actividades, responsabilidades y labores que realizó durante su práctica profesional en Newbold Group de julio a octubre.

Este informe se estructura en cuatro diferentes capítulos que se basan en un objetivo general, respaldados por objetivos específicos que se desarrollan durante toda la práctica profesional del estudiante.

El primer capítulo detalla la información general de Newbold Group. Se describe la misión, visión y la historia de la misma. Así como proyectos importantes y el impacto que la empresa ha desarrollado a través de los años. Por otra parte, también se establecieron los objetivos generales y específicos de la práctica profesional.

En el segundo capítulo se enlistan las actividades que la practicante realizó durante su práctica profesional, junto a la descripción de cada una y anexos que comprueban la participación de la practicante dicha actividad. La practicante realizó actividades como: Generación de contenido para las redes sociales de las diferentes empresas de Newbold Group. Incluyendo la generación de contenido audiovisual, redacciones, diseño de contenido gráfico y otras actividades que aportan a la comunicación de cualquiera de las empresas de Newbold Group.

En el capítulo III, se encuentra la propuesta de mejora establecida por la practicante. Este capítulo incluye el diagnóstico, el nombre, descripción y tipo de proyecto, objetivo general y específico de la propuesta, justificación, beneficiarios y la estrategia metodológica utilizada para la realización de la propuesta. También se incluye el cronograma de actividades y el

presupuesto establecido para el proyecto. Dicho proyecto realizado es un Manual de Identidad Corporativa para Newbold Group, que establece las directrices y el correcto uso de cualquier elemento gráfico de la marca en sus versiones digitales e impresas.

El IV y último capítulo, se conforma con las conclusiones realizadas por la estudiante. Asimismo, se incluyen las recomendaciones propuestas para la empresa, la universidad y futuros estudiantes que realizarán sus prácticas profesionales.

En la última parte del informe, se incluye el glosario de términos técnicos utilizados en la redacción de este informe, así como la bibliografía consultada. El documento cierra con la sección de anexos en la que se incluyen ejemplos y evidencias de las actividades realizadas por la estudiante durante toda su práctica profesional.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- Complementar la formación académica del alumno, a través de prácticas laborales en las cuales utiliza sus conocimientos previamente adquiridos durante la licenciatura de Comunicación Audiovisual y Publicitaria y desarrollar un eficaz desempeño laboral como miembro practicante de Newbold Group durante el tercer trimestre del 2020.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Mejorar las habilidades de diseño publicitario, a través de la preparación de artes que refuercen las estrategias de comunicación de las empresas dentro de Newbold Group.
- Impulsar las marcas de Newbold Group a través de la producción de contenidos como de animaciones y videos para reforzar la imagen corporativa.
- Reforzar la comunicación estratégica de las marcas, mediante la elaboración de contenido de valor en las diferentes plataformas digitales.
- Contribuir a la identidad visual de Newbold Group, a través de la realización de un manual de identidad corporativa con elementos que aporten y muestren los valores de la marca.

1.2 Antecedentes de la empresa

1.2.1 Historia

Newbold Group nace en 1987, iniciando su trayectoria en el rubro de educación con Del Campo School. Desde sus inicios han creído en el potencial que tiene Honduras y su gente. Trabajan por el sueño de mejorar el país a través de sus rubros; educación, bienestar y salud, transporte, retail, bienes raíces e inversiones, que día a día impactan a miles de personas. No cuentan con una visión, sin embargo, tienen una familia de más de 300 colaboradores directos que trabajan como un solo equipo, esforzándose por cumplir su misión planteada: “Mejorar vidas mientras creamos valor”(Newbold Group, s. f.)

1.2.2 Empresas dentro de Newbold Group

Actualmente, después de haber expandido sus rubros, Newbold cuenta con siete empresas que comparten similitudes en su misión, valores y creencias.



1 Empresas dentro de Newbold Group

Del Campo School y Del Campo Academy, están estrechamente relacionadas, ambas son escuelas, pero Academy es educación especializada para niño con más competencias educativas. Del Campo English Center ofrece cursos y clases de inglés a personas de todas

las edades. Comisa maneja el restaurante de Casa Campo y la cafetería de la escuela. Transportes Emorex tienen como visión ofrecer soluciones de transporte únicas e innovadoras a empresas, escuelas, grupos de turistas, iglesias y otras entidades y particulares brindándoles altos estándares de seguridad, confort y responsabilidad. CORE gym está ubicado dentro de Casa Campo, sin embargo, se maneja como una marca totalmente aparte. Casa Campo es un centro comercial que ofrece servicios que contribuyen al cuidado de tu salud, bienestar y belleza, logrando un estilo de vida saludable. (*Casa Campo*, s. f.)

1.2.3 Proyectos destacados de Newbold Group

Newbold Group tiene un programa específico del cual se enorgullece más. Desde sus inicios, su fundadora ha creído que una buena educación puede transformar un país. Por esta razón, Newbold Group asigna un fondo de becas para estudiantes brillantes que de otra manera no podrían asistir a una de sus escuelas de clase mundial como lo es DelCampo School. (*Becas Newbold*, s. f.)

1.2.4 Estructura del área de mercadeo



2 Organigrama del depto. de Mercadeo

1.2.5 Cargo y Funciones

Cargo: Asistente de Mercadeo

El principal objetivo del cargo que la practicante ocupa, es apoyar al gerente de mercadeo en todas las labores relacionadas con el marketing de las diferentes empresas dentro de Newbold Group.

La practicante tendrá responsabilidades como:

- Monitoreo de redes sociales.
- Canalizar la información solicitada en las redes sociales al departamento correspondiente.
- Apoyo en las campañas de comunicación de cada proyecto que se realiza en las diferentes empresas.
- Redacción y creación de piezas para posteo en redes sociales
- Redacción para el posteo en páginas web.
- Participar en la planeación y apoyo logístico de los diferentes proyectos que se realizan en cada empresa, logrando que se cumpla con los requerimientos de calidad y satisfacción a los clientes internos y externos.
- Realizar otras funciones inherentes al cargo que sean asignadas por su superior inmediato.
- Participar activamente, colaborar y cumplir con todas las políticas, procedimientos y regulaciones relativas al aseguramiento de la calidad que desarrolle e implemente la empresa

1.2.6 Estructura de Negocio



3 Estructura de Negocio de Newbold Group

CAPÍTULO II. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

1. Proponer la imagen gráfica y contenido para IG de CORE Gym

Como imagen gráfica se entiende, la estructura visual que una empresa tiene en sus redes sociales, de manera consistente para posicionarse en la mente de su público meta. Incluyendo; artes para posteo, historias y el contenido de los mismos. (*Imagen gráfica, s. f.*)

La practicante programó una reunión con la gestora de contenido, para plantear objetivos, elementos a utilizar, estilo etc. Luego de una investigación a través de las redes sociales, página web e interacciones de las mismas, la practicante propuso diferentes pilares, de los cuales se sostendrá todo el contenido de las redes sociales, utilizando temas que ella considera son de interés para los internautas y potencien la comunicación de la marca. Después de realizar las correcciones sugeridas por sus superiores, la practicante utilizó el programa de diseño Adobe Illustrator para crear las propuestas de la imagen gráfica para el feed y las stories de Instagram. Presentó diferentes artes, a los cuales se le dio retroalimentación, para realizar nuevamente las respectivas correcciones. Por último, tras la aprobación de los artes, redactó los copys o captions para cada publicación. Presentando toda la propuesta a través de una hoja de Excel compartida. En conclusión, presentó un calendario de publicación para un mes, así como el listado de contenido que CORE Gym puede potenciar en sus publicaciones, incluyendo contenido para stories.

La practicante entregó siete pilares de contenido para las publicaciones y cinco pilares para el contenido de las historias, tales como: Virtual CORE, Never Stop, Lo que se viene, Nutrición, Bioseguridad, Fit-tips, Instalaciones, Mito-Realidad etc. Consecuentemente, creó las publicaciones para el feed, utilizando los colores básicos de CORE Gym, blanco y negro.

Propuso el uso de un motivo, un elemento dentro del logotipo de CORE Gym, manteniendo la simplicidad y fuerza que representa la marca. También, implementó un mosaico en el feed de Instagram, separando los artes en los cuales predomina el blanco, de los negros y diseñando artes mitad blanco y mitad negro para dejarlos en la columna central del feed. La misma metodología utilizó para diseñar los artes para las historias, exceptuado el mosaico.

(Ver anexo 1, 2, 3 y 4)

2. Proponer contenido de Instagram para Casa Campo

Colocar contenido de calidad en las redes sociales aumenta el posicionamiento en los buscadores, y este caso, en los algoritmos de Instagram. El contenido debe cumplir las expectativas de los cibernautas, desde expectativas visuales, hasta informativa.

Para el desarrollo de esta actividad, la practicante realizó otra reunión con la gestora de contenido para conocer más la marca y plantear los objetivos de la responsabilidad. Después de una observación de las redes y los contenidos que ya se manejaban, la practicante realizó una primera propuesta en la cual incluyó temas que considera, deben potenciarse para el correcto manejo de la red social. Tuvo que esperar aprobación, ya que algunos temas se debían conversar con los arrendatarios de los locales. Después de dos correcciones supervisadas por la encargada de la comunidad virtual, estos fueron aprobados y la practicante pudo proseguir a diseñar las stories, basándose en los pilares previamente aprobados. También la practicante realizó un calendario de publicación para los siguientes dos meses, siguiendo la línea gráfica ya establecida para Instagram.

Para estos productos finales, la practicante utilizó la misma línea gráfica para el feed de Instagram, un mosaico azul marino de dos publicaciones a la izquierda y una publicación café a la derecha. En cambio, a las historias, propuso una nueva imagen gráfica, utilizando

las combinaciones de colores en el manual de marca de Casa Campo y las versiones de los logotipos. Finalmente, redactó las copys para cada publicación, reforzando los artes previamente aprobados.

(Ver anexo 5, 6 y 7)

3. Preparar el contenido de DCS Senior Entrance

Debido a la situación actual del país, muchos de los estudiantes cursando su último año, no han podido realizar muchas actividades que tenían planeadas. DelCampo School, siempre pensando en la experiencia de sus usuarios, realizó actividades para motivar a sus Seniors. Programaron un estreno de un video de bienvenida, en la plataforma de Youtube, para lo cual, necesitaron promoción orgánica en sus redes sociales, un video informativo, artes para Youtube y el video estreno en sí.

Inicialmente se necesitaba promocionar la fecha de la Senior Entrance, para lo cual la practicante solicitó el logotipo del año escolar de los DCS Seniors 2021 y se encargó de proponer tres diferentes estilos para la cuenta regresiva que se publicó en las redes de Delcampo School. Después de la aprobación de dos estilos, se le solicitó a la practicante crear los artes para cinco días, intercalando las dos versiones previamente aprobadas. Luego, la coordinadora de mercadeo programó una reunión con la practicante para asignar una actividad y compartirle los recursos de la misma. Se le solicitó crear un video, mostrando que los Seniors 2012 habían utilizado el presupuesto de la Senior Entrance para donar canastas básicas a las niñeras de DelCampo School, compartiendo la obra de buena fe que realizaron los Seniors 2021. Después de dos retroalimentaciones y correcciones, este fue aprobado. Seguidamente se le solicitó adjuntar y preparar el video final de estreno, incluyendo un material que le fue proveído, el video previamente aprobado y unas cortinas de entrada y

salida que tuvo que animar, que después de dos recomendaciones, fueron aprobadas. Por último, se le pidió diseñar el arte para la portada de Youtube, para el video estreno, utilizando el mismo estilo de los artes de la cuenta regresiva.

Para los artes de la cuenta regresiva, solicitó el logotipo de los Seniors 2021, el cual tiene un tema “de otra galaxia”, por lo cual, utilizó un traje espacial y colores representativos de este. Creó dos versiones relativamente parecidas, con la cuenta regresiva de 5 días. En cuanto al video informativo, se le proveyeron imágenes e información sobre la actividad, así la practicante entregó un video con presentación de las imágenes y contando lo sucedido. Por otro lado, para el video estreno, animó dos cortinas con el logotipo de la marca con el copy “DCS Seniors 2021 – An adventure of a lifetime”. Luego, se le brindaron dos videos, los cuales los padres y unos maestros había creado para los Seniors. La practicante los unió, adjuntó el video sobre las canastas básicas y colocó las cortinas previamente aprobadas. Por último, el arte para la portada de Youtube, lo diseñó con los mismos recursos de la cuenta regresiva, agregando el logotipo de DelCampo School.

(Ver anexo 8 y 9)

(Ver video 1 y 2 en la carpeta de recursos audiovisuales)

4. Diseñar la pauta digital de DelCampo English Center

Las pautas digitales se han vuelto fundamentales en las estrategias de marketing digital. Estas permiten mejorar y potenciar el alcance de los contenidos de las marcas, así como segmentar de manera más específica el mercado meta. DelCampo English Center pautó en Facebook, para promocionar sus programas de cursos de inglés.

En esta ocasión, se le asignó a la practicante crear los artes y redactar los copys que se utilizaron en la pauta digital para DelCampo English Center. Realizó una reunión con la gestora de contenido para conocer los objetivos de la actividad. Se le solicitaron seis artes con sus respectivos copys, mostrando los diferentes programas que la empresa ofrece, respetando la línea gráfica ya establecida. Después de la primera entrega, recibió retroalimentación. Después de dos diferentes correcciones y finalmente haber recibido la aprobación, realizó displays o versiones de siete diferentes tamaños para cada uno de los seis artes aprobados anteriormente.

La practicante solamente debía seguir el diseño de artes ya establecido para la marca, utilizando los pilares que ya tiene la marca. Utilizó imágenes que aportan a los copys que promocionan cada uno de los diferentes programas que DelCampo English Center ofrece a sus clientes, siempre con el copy “comenzó con DelCampo English Center”. Finalmente, la practicante redactó los copys para cada uno de los artes, utilizando los call to action para impulsar a los cibernautas a visitar la página web. También realizó las versiones para cada arte en tamaños como; 1000x1000px, 970x90px, 250x250px, 320x100px etc.

(Ver anexo 10)

5. Crear las animaciones de cada logotipo de las empresas de Newbold Group

Contar con un logotipo animado, visualmente atrae más a un cliente, que un logotipo estático. Este puede añadir profesionalismo a la marca y transmitir los valores de la misma.

En esta asignación, se le solicitó a la practicante animar cada uno de los logotipos de las empresas de Newbold Group. Se programó una reunión con el diseñador gráfico de la empresa, para que se plantearan los objetivos principales de la actividad y se le

proveyeran los logotipos editables a la estudiante. Así como lo que se esperaba de los productos audiovisuales. Después, la practicante prosiguió a utilizar sus conocimientos previamente adquiridos es sus clases de animación para animar cada logotipo de la marca en el programa Adobe After Effects. Después de una reunión de presentación, se le recomendaron ciertos cambios que la practicante aplicó para una segunda presentación, de la cual los productos fueron aprobados. Por lo tanto, la estudiante compartió el producto con todas sus versiones y los archivos editables, a través de una carpeta de drive.

Se presentaron 10 logotipos animados de las siguientes empresas: Core Gym, Casa Campo, Comisa, Transportes Emorex, Suppleo, DelCampo English Center, DelCampo School, DelCampo Academy, DelCampo Enrichment Program y Newbold Group. Cada animación, tenía las versiones de los diferentes colores. Aparte, también se hizo otra animación para DelCampo School, que se planteó para ser utilizada como cortina para las reuniones de padres que se realizarían en la escuela en un futuro.

(Ver Video 3 en carpeta de recursos audiovisuales)

6. Preparar las publicaciones del Día de Independencia para todas las marcas

Preparar las publicaciones de las fiestas patrias, incluye diseñar el arte, conforme al estilo de cada marca y redactar el copy. Para el mes de las fiestas patrias, Newbold Group suele felicitar al pueblo hondureño y este no sería la excepción.

La Directora de Marketing, solicitó a la practicante vía correo electrónico, 5 artes para publicar el 15 de septiembre, para las fiestas patrias. La practicante trabajó artes para Transportes Emorex, Casa Campo, Del Campo School, DelCampo English Center y CORE

Gym. Diseñó conforme al estilo de cada marca, y presentó 5 diferentes propuestas. Después de las correcciones solicitadas en la primera entrega, la practicante volvió a presentar 5 diferentes artes, los cuales aprobaron. Nuevamente se le solicitó redactar los copys para cada publicación.

La practicante utilizó la herramienta de Adobe Ilustrador y los conocimientos aprendidos en las clases de diseño gráfico, para diseñar 5 artes. Para estos, utilizó los colores representativos de la bandera nacional de Honduras, con elementos de cada una de las marcas, acompañados de copys que fomentan las celebraciones patrias.

(Ver anexo 11)

7. Crear videos animados para la reapertura de CORE Gym

Después de un largo proceso de investigación y protocolos de bioseguridad, CORE Gym fue autorizado para reaperturarse al público. Por lo cual, prepararon lo necesario para informar a los clientes sobre las medidas de bioseguridad y los protocolos de ingreso.

En esta ocasión, a la practicante se le asignó la responsabilidad de crear 3 videos informativos que mostrara a los clientes los protocolos de sanitación y los protocolos de ingreso a CORE Gym. En la primera reunión se le planteó a la practicante lo que se esperaba del producto final. Utilizando la información proveída y sus habilidades de diseño, la practicante presentó 3 diferentes videos con iconos representativos. Después de dos retroalimentaciones y correcciones, los videos fueron aprobados.

La practicante utilizó la información sobre la bioseguridad que se encontraba en la página web de CORE Gym, diseñó iconos para cada situación y produjo 4 videos para post en Instagram, explicando puntualmente el protocolo de ingreso, los procesos de sanitación, la

reservación y las nuevas instalaciones del gimnasio. También realizó las versiones para stories, invitando a ingresar a la página web para conocer toda la información mencionada anteriormente.

(Ver video 4, 5, 6 y 7 en la carpeta de recursos audiovisuales)

8. Proponer contenido audiovisual de DCS para las efemérides del Día del niño y Día del Maestro

Contenido audiovisual, se refiere a diseñar un video o una animación para publicar dentro de las redes sociales de DelCampo School. Efemérides son acontecimientos ocurridos o conmemorados la misma fecha cada año. (*Real Academia Española*, s. f.)

Para esta actividad, se le solicitó a la practicante producir contenido audiovisual, primeramente, para el día del niño hondureño. Esta presentó el estilo gráfico del video, el cual fue aprobado. Seguidamente, presentó un video corto de 25 segundos, impulsando a felicitar a los niños. Este fue aprobado en la primera presentación, no se le solicitó ningún cambio. Por otro lado, para el video del día del maestro, la practicante propuso utilizar videos de stock y conmemorar a los maestros por su labor durante la pandemia. Después de entregar una primera propuesta, recibió retroalimentación de la Directora de Marketing y corrigió las mismas. Después de dos reuniones y aplicar las recomendaciones sugeridas, el video finalmente fue aprobado.

Como producto final del día del niño, la practicante entregó un video de 25 segundos, con animaciones de texto e ilustraciones de niños y garabatos en una página de cuaderno. Para el día del maestro, la practicante utilizó frases de agradecimiento a los maestros, así como videos de stock que representan la metodología de clases virtuales. También utilizó unos

recursos de unas clases pilotos de DelCampo School, que fueron proveídas por la directora de Marketing.

(Ver video 8 y 9 de la carpeta de recursos audiovisuales)

9. Diseñar el estilo de las redes sociales de Suppleo

Las redes sociales son un nuevo canal de negocios para las empresas, en el que captar a nuevos clientes, pero también te permite hacer muchas más cosas: seleccionar personal, comunicarse con empleados y otras personas, darse a conocer y crear marca, ganar una reputación, establecer redes profesionales y de otro tipo, tener conocimientos del sector en tiempo real, etc. Muchas veces el efecto viral que puede tener una comunicación o una campaña en las redes sociales puede ser impresionante y puede hacer que se “oiga la empresa”. (*Redes para mi empresa*, s. f.)

A finales de septiembre, Newbold Group inauguró una nueva empresa en su rubro de retail, Suppleo. Suppleo es una tienda virtual de útiles escolares y de oficina que ofrece sus servicios a través de su página web con entregas a domicilio. Al ser una empresa totalmente nueva, se abrieron las redes sociales para esta, pero no se contaba con su imagen gráfica para redes ni con los pilares de contenido. Por lo tanto, se le solicitó a la practicante, realizar propuestas para la imagen gráfica de las redes. Primero se realizó una reunión con la Gerente de Mercadeo y la encargada de Retail de Newbold Group. Se plantearon las expectativas de la actividad y se establecieron los parámetros de la misma. Después de un benchmarking de posibles competencias, se prosiguió a crear los pilares de contenido, artes, copys y highlights. Después de aplicar ciertos cambios solicitados, la estudiante preparó una presentación con todas sus propuestas. Todas estas fueron aprobadas sin solicitar cambios. Por consiguiente, la estudiante comenzó con su calendario de publicación para un mes.

La practicante finalmente entregó, seis highlights para Instagram, 12 stories y 25 posts con sus respectivos copys. Para los highlights utilizó los colores complementarios de la marca y los dividió por las categorías de ventas que ya tienen en su página web. Ligo a línea de los highlights, con los stories, para poder dividir estos en sus categorías. Así, comenzar a crear la pregnancia a través de los colores complementarios. En cuanto a los posts, utilizó bastantes fotografías que le fueron brindadas por la empresa. La encargada de Retail, hizo énfasis en querer mostrar las fotografías de los productos y utilizar menos texto. Por otro lado, la Gerente de Mercadeo, insistía en no mostrar los productos, sino basar las publicaciones en motivaciones indirectas. Por lo cual, la practicante buscó el balance de las indicaciones que se le dieron. Utilizó los colores corporativos, dejando el rojo como principal.

(Ver Anexos 12, 13, 14 y 15)

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA

1. Diagnóstico

La practicante solicitó una reunión con la encargada de Marketing y el equipo de mercadeo, para una entrevista con el propósito de indagar en las necesidades de la marca. Dada la información de los entrevistados y una investigación a los posibles competidores de la marca, la practicante llegó a ciertas conclusiones. Newbold Group, al ser solamente el grupo portador de diferentes empresas en Tegucigalpa, su posicionamiento actual no es muy reconocido. Aunque no cuenten con redes sociales sí tienen una página web y sus afiliados lo mencionan regularmente. Cuentan con un logotipo, pero no con su identidad visual.

La relevancia del proyecto, es que la identidad de una empresa es de suma importancia para no pasar desapercibida entre sus clientes, así como se puede reflejar una falta de compromiso o seriedad. Newbold Group puede reforzar sus características ya establecidas, posicionándose entre la competencia a través de la imagen o concepto que las personas tengan de ella.

2. Nombre del Proyecto

Manual de Identidad Corporativa de Newbold Group

3. Tipo de Proyecto

El proyecto es dirigido a Newbold Group, grupo portador de 8 empresas en Tegucigalpa, Honduras. Es un proyecto privado, de carácter no lucrativo. Se realizó a corto plazo, y debido a su complejidad, este es clasificado como un proyecto simple.

4. Objetivos

Objetivo General

-Definir la identidad corporativa de Newbold Group a través de un Manual de Identidad Corporativa.

Objetivos Específicos

- Proyectar coherencia en todas las comunicaciones internas y externas de la empresa.
- Definir las reglas básicas de diseño, de cada uno de los elementos que integran la identidad corporativa de Newbold Group.
- Garantizar la correcta aplicación del logotipo, simbología, colores y demás elementos representativos de Newbold Group.

5. Descripción del Proyecto

El proyecto consistió en elaborar un manual de identidad corporativa, que defina las aplicaciones correctas de elementos como: logotipo, colores corporativos, papelería, aplicaciones a objetos, presentaciones, y un calendario de efemérides, para lograr una unidad gráfica de la identidad corporativa de la empresa.

6. Justificación del Proyecto

La identidad corporativa de una empresa es la carta de presentación de cualquier compañía. Gracias a ella, los usuarios se hacen una idea cómo es la empresa, cómo trabaja, y, en definitiva, es un modo de conocer mejor una compañía antes de adquirir sus servicios o productos. (*EmprendePyme*, s. f.)

Al tener una buena identidad gráfica, Newbold Group puede posicionarse con mayor facilidad entre la competencia, creando pregnancia en los usuarios, a través de elementos gráficos propios de la marca. Al mostrar sus valores tangibles (colores, logotipo, marca) e

intangibles (valores, visión, misión) los usuarios y posibles clientes pueden crear fidelidad e identificación hacia la marca.

Durante su colaboración hacia la empresa, la estudiante no trabajó mucho con la marca Newbold, solamente con las marcas afiliadas. Por lo tanto, la practicante al no diferenciar la comunicación de Newbold Group como marca, notó la oportunidad de mejora en la identidad de esta. Queriendo así, definir la identidad corporativa de la empresa, para que esta pueda diferenciarse en el mercado.

7. Beneficiarios

Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos del proyecto, son los diseñadores, comunicadores y los departamentos de Newbold Group responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Beneficiarios Indirectos

Dentro de los beneficiarios indirectos, tenemos a la empresa Newbold Group, ya que, al mejorar y estandarizar sus comunicaciones, su identificación en el mercado incrementa. Por consecuente, el segundo beneficiario indirecto es el mercado, ya que este es propenso a identificar la marca.

8. Estrategia Metodológica

Etapas de Diagnóstico

Mientras la practicante trabajaba con las demás marcas de Newbold, notó la ausencia de marca de Newbold. Siendo esta la empresa principal, se le pareció raro no ver ninguna presencia de marca. Solicitó información sobre esta y logró identificar inconsistencias y en

general que, al parecer, Newbold Group no tenía una línea gráfica constante. Al hablarlo con la encargada de mercadeo, esta le comentó a la practicante que anteriormente, se había presentado un borrador muy incompleto de un manual de identidad corporativa para Newbold, sin embargo, este se rechazó y nunca se le dio continuidad al proyecto. Por lo tanto, no había una línea gráfica y se notaban inconsistencias de la misma. Después de realizar una reunión con el diseñador gráfico y la encargada del departamento de marketing, la practicante logró identificar ciertos puntos de interés que estos tenían. Consecuentemente, se le proveyeron proyectos anteriores, de los cuales ella pudo utilizar como buenas referencias. Así también, se le proveyeron aplicaciones que ya se implementaban en la marca, pero se le brindó la oportunidad de proponer nuevas ideas.

Etapa de Diseño

Después de la investigación y observación realizada, la practicante propuso diseñar oficialmente el Manual de Identidad Corporativa de Newbold. Utilizando ciertas referencias de material ya utilizado y aprobado que se le brindó anteriormente. Antes de comenzar con el diseño, la practicante propuso los puntos de enfoque y la información que se pensaba incluir. Después de la aprobación de esta, inició con el manual.

Etapa de Gestión

Como única gestora del proyecto, la practicante coordinó diferentes áreas.

- Personal: Ha establecido comunicación directa, a través del correo electrónico y reuniones vía Zoom con la directora de Marketing, quien ha brindado retroalimentaciones y recomendaciones.

- Proyecto: La practicante ha presentado avances del manual a la directora de Marketing, quien ha programado reuniones con su jefe inmediato para establecer la retroalimentación de este.
- Recursos: Todo recurso, producto y equipo, es proveído por la estudiante.

Etapa de Socialización

Desde inicios del proyecto, la practicante presentó propuestas verbales a los encargados. Consecutivamente iba presentando avances, de los cuales obtenía retroalimentaciones e implementaba los cambios previamente solicitados. La estudiante realizaba reuniones con el diseñador gráfico y solicitaba recomendaciones, ya que él, al trabajar anteriormente con la marca, es el indicado para conocer qué herramientas han sido ventajosas hacia la marca. La practicante realizó un total de dos reuniones para retroalimentación, de las cuales solo en una sugirieron cambios.

Etapa de Implementación

El Manual de Identidad Corporativa se utilizará como pauta y norma para el correcto uso de la marca Newbold Group, en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales. Contribuyendo a que se consigan los objetivos de identificación y refuerzo de la marca.

Etapa de evaluación

La efectividad del Manual de Identidad Corporativa se medirá a través de su constante implementación, para mejorar la unidad visual de la marca.

9. Cronograma de Actividades

Actividad	Objetivo	Recurso	Tiempo	Descripción
Reunión	Diagnóstico	Humanos (practicante y directora de marketing)	1 día	Se definió la necesidad del proyecto
Investigación y Recopilación de proyectos aprobados	Diagnóstico	Humanos (practicante y diseñador gráfico), Computadora, Internet	3 días	Identificar oportunidades de mejora dentro de la identidad visual de la marca
Propuesta de la estructura del Manual	Presentar un listado de la estructura e información que contendrá el manual	Humanos (Practicante, directora de marketing), Computadora	1 día	Se presentó un listado de la estructura del manual, que se aprobó a primera estancia
Borrador del Manual de Identidad Gráfica	Presentar un avance del diseño del manual, abierto a sugerencias	Humanos (practicante), Computadora, Adobe Ilustrador e Internet	3 días	Se entregó el primer borrador del manual, el cual fue sujeto a retroalimentación.
Retroalimentación del borrador	La directora de marketing presentó el borrador del manual, a su superior	Humanos (Practicante, directora de marketing)	1 día	Después de la presentación, se aprobó el borrador y no se solicitaron cambios.

Primera entrega del Manual de Identidad Gráfica	Completar el Manual de Identidad Gráfica	Humanos (Practicante), Computadora, Adobe Ilustrador, Internet	2 días	Se completó la entrega del Manual, a la espera de recibir retroalimentación.
Retroalimentación Final	Presentar el Manual de Identidad Corporativa de Newbold	Humanos(Practicante, directora de marketing)	1 día	Se sugirieron unos cambios en el manual.
Entrega Final	Entrega del Producto completo con los cambios solicitados	Humanos (Practicante), Computadora, Adobe Ilustrador, Internet	1 día	Se entregó el Manual de Identidad Corporativa con aprobación final

Tabla 1 Cronograma

10. Recursos

10.1 Recursos Materiales

- Computadora
- Licencia Adobe
- Internet
- Mouse Externo

10.2 Recursos Humanos

- Diseñador Gráfico (Practicante)

11. Presupuesto

Recursos Humanos		
	Descripción	Costo
Diseñador Gráfico	Responsabilidad: Desarrollar un Manual de Identidad Corporativa	L.20,000.00
Recursos Materiales		
	Descripción	Costo
Computadora	Laptop ASUS X555LAB (Mem. RAM 8, Core i5) funcional para el programa.	L. 16, 995.00
Internet	TIGO 15GB Mensuales	L. 1,300.00
Licencia Adobe Creative Cloud	Licencia mensual de Adobe Ilustrador	L. 520.00
	Total	L.18,815

Tabla 2 Presupuesto

Para referencias del precio de las responsabilidades del diseñador, la practicante consultó a egresados y estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico en UNITEC. Así también, como al mismo diseñador de Newbold Group. En cuanto a los recursos materiales, utilizados para llevar a cabo la propuesta de mejora, la practicante cotizó cada uno de ellos en el mercado hondureño, a excepción de la licencia de Adobe Ilustrador. Esta licencia tiene un precio de 28.56 dólares estadounidenses mensuales. Por lo tanto, a conversión sale a 520 lempiras. La computadora se cotizó en Jetstereo, velando por ciertas funciones para que el programa se procese correctamente. Por último, se investigó el precio mensual de un internet veloz en Tigo.

12. Indicadores de Evaluación del Proyecto

Se implementará la evaluación del cumplimiento. Esto se evaluará dependiendo de la consistencia de la implementación del Manual de Identidad Corporativa de Newbold Group. El objetivo general se cumplió al entregar el manual completo, por consecuente en el proceso, se alcanzaron los objetivos específicos. Se definieron las reglas básicas de los elementos que integran la identidad corporativa de Newbold Group, garantizando así, la correcta aplicación de los elementos y la coherencia en sus comunicaciones externas e internas.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1 Conclusiones

- 1.1 La practicante puso en práctica sus conocimientos desarrollados a través de toda su carrera universitaria. Se mejoraron las habilidades de diseño y diagramación, gracias al desarrollo y creación de diferente contenido gráfico para las diferentes empresas dentro de Newbold Group.
- 1.2 Se produjo el contenido animado y audiovisual que se le solicitó a la practicante, en cada una de las asignaciones. Este contenido se implementó en las redes sociales, impulsando así, la imagen corporativa de cada marca.
- 1.3 Se logró reforzar la comunicación estratégica de cada marca de Newbold Group, mediante el apoyo en la creación de contenido para las plataformas digitales.
- 1.4 Se realizó un Manual de Identidad Corporativa para Newbold Group, que representa y contiene la esencia de la marca, logrando así, contribuir a la identidad visual de la empresa en sus comunicaciones gráficas, impresas y digitales

2 Recomendaciones

2.1 Para la empresa

Se le recomienda a Newbold Group hacer uso de la propuesta de mejora, ya que esta garantiza una unidad gráfica en la empresa. Seguir constantemente las directrices del Manual de Identidad Corporativa de Newbold Group demuestra la calidad, responsabilidad y compromiso de la empresa hacia su identidad visual.

2.2 Para la Universidad – Universidad Tecnológica Centroamericana

Para la universidad, se le recomienda apoyar a los estudiantes que van a realizar la práctica profesional, mediante un listado de empresas que pueden ofrecer prácticas profesionales a los estudiantes. También, dejar el taller de habilidades un trimestre antes de la práctica, pues a veces se les complica a los estudiantes realizarlo durante la práctica.

2.3 Para los futuros alumnos de práctica

Confíen en ustedes. Es más, el miedo de lo que puede pasar, que lo que realmente pasa. Intenten disfrutar lo más que puedan su práctica, es una experiencia que marcará toda tu carrera laboral. Digan lo que piensan, pero siempre prudentemente, aporten lo que más puedan en la empresa y aprovechen todo el conocimiento al que están expuestos.

BIBLIOGRAFÍA

Becas Newbold. (s. f.). Newbold Group. <https://www.newbold.group/becas>

Casa Campo. (s. f.). Casa Campo. Recuperado 8 de agosto de 2020, de

<https://www.casacampo.com.hn/>

Diseño Publicitario. (s. f.). Neoaattack. [https://neoattack.com/neowiki/diseño-](https://neoattack.com/neowiki/diseño-publicitario/#:~:text=El%20Dise%C3%B1o%20publicitario%20es%20una,o%20contratar%20un%20servicio%20determinado.)

[publicitario/#:~:text=El%20Dise%C3%B1o%20publicitario%20es%20una,o%20contratar%20un%20servicio%20determinado.](https://neoattack.com/neowiki/diseño-publicitario/#:~:text=El%20Dise%C3%B1o%20publicitario%20es%20una,o%20contratar%20un%20servicio%20determinado.)

EmprendePyme. (s. f.). [https://www.emprendepyme.net/importancia-de-la-identidad-](https://www.emprendepyme.net/importancia-de-la-identidad-corporativa.html)

[corporativa.html](https://www.emprendepyme.net/importancia-de-la-identidad-corporativa.html)

Esfera Creativa. (s. f.). [https://esferacreativa.com/que-es-un-manual-de-identidad-](https://esferacreativa.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/)

[corporativa/](https://esferacreativa.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/)

Estrategyds. (s. f.). [http://strategyds.com/que-es-pauta-](http://strategyds.com/que-es-pauta-digital/#:~:text=La%20pauta%20digital%20es%20utilizar,se%20ha%20planteado%20como%20por)

[digital/#:~:text=La%20pauta%20digital%20es%20utilizar,se%20ha%20planteado%20como%20por](http://strategyds.com/que-es-pauta-digital/#:~:text=La%20pauta%20digital%20es%20utilizar,se%20ha%20planteado%20como%20por)

Identidad Visual. (s. f.). Rockcontent. [https://rockcontent.com/es/blog/identidad-](https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/#:~:text=La%20identidad%20visual%20es%20la,empaque%20del%20producto%20y%20m%C3%A1s.)

[visual/#:~:text=La%20identidad%20visual%20es%20la,empaque%20del%20producto%20y%20m%C3%A1s.](https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/#:~:text=La%20identidad%20visual%20es%20la,empaque%20del%20producto%20y%20m%C3%A1s.)

Imagen gráfica. (s. f.). [https://galernaestudio.com/como-atraer-clientes-imagen-grafica-](https://galernaestudio.com/como-atraer-clientes-imagen-grafica-empresa/)

[empresa/](https://galernaestudio.com/como-atraer-clientes-imagen-grafica-empresa/)

Logotipo. (s. f.). <https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>

Newbold Group. (s. f.). Newbold Group. Recuperado 8 de agosto de 2020, de

<https://www.newbold.group/>

Pixart Printing. (s. f.). [https://www.pixartprinting.es/blog/crear-motivos-patrones-](https://www.pixartprinting.es/blog/crear-motivos-patrones-illustrator/)

[illustrator/](https://www.pixartprinting.es/blog/crear-motivos-patrones-illustrator/)

Posicionamiento. (s. f.). [https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-](https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/)

[mercado/](https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/)

Real Academia Española. (s. f.). <https://dle.rae.es/efem%C3%A9ride>

Redes Sociales. (s. f.). [https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-](https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C)

[para-tu-empresa-](https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C)

[4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de](https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C)

[%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C](https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C)

Wearecontent. (s. f.). [https://www.wearecontent.com/marketing-de-contenidos/que-es-](https://www.wearecontent.com/marketing-de-contenidos/que-es-marketing-de-contenidos)

[marketing-de-contenidos](https://www.wearecontent.com/marketing-de-contenidos/que-es-marketing-de-contenidos)

Workana. (s. f.). <https://www.workana.com/i/glosario/copy/>

GLOSARIO

Generación de contenido: Es una técnica de mercadotecnia basada en la generación de distintos contenidos (idealmente educativos) alrededor de una marca. Hay una clara condición y es que este contenido no sea de aspecto publicitario. (*Wearecontent*, s. f.)

Diseño publicitario: El Diseño publicitario es una rama del diseño que combina lo visual con el marketing. Es una especialidad que se centra en que cada proyecto no solo resulte agradable a la vista, sino que también tenga la capacidad de atraer al público e incentivarlo a comprar o contratar un servicio determinado. (*Diseño Publicitario*, s. f.)

Identidad Visual: La identidad visual es la construcción de varios elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca, sus valores y el posicionamiento en el mercado hacia su público. (*Identidad Visual*, s. f.)

Manual de Identidad Corporativa: Un manual de identidad corporativa, es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales, como impresos). (*Esfera Creativa*, s. f.)

Público Meta: Hace referencia al destinatario de un bien o servicio.

Internautas: Usuarios de Internet

Copy: El copy o redacción creativa, es un término muy frecuente en marketing y publicidad que se refiere al texto de los anuncios, slogans, landings y contenidos en general de una marca. (*Workana*, s. f.)

Motivo (artes visuales): En el ámbito del diseño gráfico y de la impresión, un patrón o motivo se define como la repetición de un objeto o de un símbolo dentro de un dibujo. (*Pixart Printing*, s. f.)

Posicionamiento: Se refiere a la percepción que los consumidores poseen sobre determinadas marcas, nombres comerciales o empresas en relación con sus competidores.

(Posicionamiento, s. f.)

Logotipo: El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.*(Logotipo, s. f.)*

Cortina Audiovisual: Separadores audiovisuales, que se utilizan como transición en el contenido audiovisual de la empresa.

Pauta Digital: La pauta digital es utilizar todos los recursos digitales disponibles para incrementar la presencia de tu marca entre tu público objetivo. *(Estrategys, s. f.)*

Ilustrador: Programa de diseño gráfico dentro de la suite de Adobe.



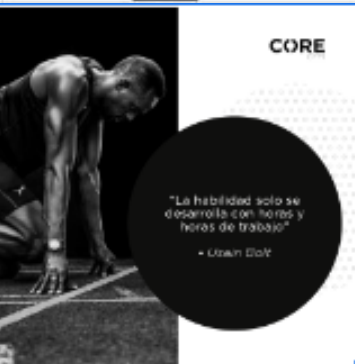
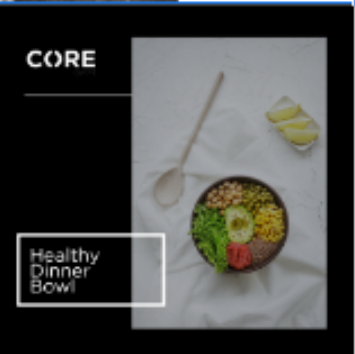
Stock: Conjunto de productos (en este caso, videos) que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización.


ANEXOS

1. Pilares propuestos para CORE Gym

Pilares del Feed COREGYM			Pilares del Story COREGYM			
Virtual CORE: más comercial	Never Stop: motivacional	Quotes: deportistas famosos/ entrevistas		Virtual CORE: repost del feed	Mito Realidad: fun facts	Instalaciones: mostrar el gimnasio y las máquinas *hacer banco de imágenes
Lo que se viene: más comercial	Nutrición: Datos sobre alimentación, recetas	Fun facts/ FitnessTips: datos sobre posturas, músculos, ejercicio, etc.		Fun fact/ Fitness Tips: más dinámicos	Bioseguridad: medidas de bioseguridad para reapertura	
Bioseguridad: medidas de bioseguridad para reapertura.						

2. Artes y copys de la propuesta de Instagram para CORE Gym.

 <p>Virtual CORE</p>	<p>No pospongas tus objetivos, anímate y ejercítate con Virtual CORE. Exclusivo para miembros de CORE Gym. Conoce más en nuestra página web. #VirtualCORE #COREGym</p>
 <p>CORE NEVER STOP</p>	<p>Físicamente fuerte, mentalmente indestructible. ¡Que nada ni nadie te detenga nunca! #NeverStop #COREGym</p>
 <p>CORE</p> <p>"La habilidad solo se desarrolla con horas y horas de trabajo" - Usain Bolt</p>	<p>El trabajo duro, genera muchas recompensas. ¡No te detengas! #COREMotivation #NeverStop #COREGym</p>
 <p>CORE</p> <p>Healthy Dinner Bowl</p>	<p>Las healthy dinners que caben dentro de un bowl, son convenientes y rápidas. Tú eliges si quieres una pequeña porción de carbs, arroz, lentejas, tallarín de arroz, etc. En los topping pueden ponerte creativo, utiliza bastantes verduras. Por último, agrega una proteína, pero evita las carnes rojas; utiliza pollo, pescado atún o incluso huevos duros. #CORENutrición #COREGym</p>



La vida está destinada a ser un desafío porque los desafíos son los que te hacen crecer.
- Manny Pacquiao

Que nada te desanime, trabaja por tus objetivos. El crecimiento es continuo y diferente para cada persona.
#NeverStop #GOREGym
#COREMotivation

CORE

GRASAS

BUENAS MALAS

Cardiosaludables
Proinflamatorias

Proteína de origen animal
Ácidos grasos trans

Alimentos procesados
Alimentos ricos en azúcares

Alimentos ricos en grasas saturadas
Alimentos ricos en grasas trans

El realizar elecciones de alimentos saludables para el corazón y mantener un peso corporal saludable, puede ayudar a evitar y tratar enfermedades cardíacas. Las grasas "malas" plantean una amenaza al sistema del corazón y vasos sanguíneos porque incrementan la producción de colesterol del cuerpo, creando coágulos. ¡Cuida tu alimentación! #COREGym #FitTips

CORE


NEVER STOP



CORE

¡Comienza la semana fuerte y termínala más fuerte! Levántate y sigue luchando.
#NeverStop #COREGym

CORE



Estiramientos

Sabemos que estirarse con regularidad fortalece los músculos y aumenta su flexibilidad pero, ¿Lo estamos haciendo en el momento adecuado? Antes de comenzar con tus ejercicios, debes calentar (saltar la cuerda, correr), pero no estirar, ya que los músculos están fríos y puedes ocasionar microlesiones. Después de tus ejercicios, puedes estirar los músculos para relajarte y evitar los molestos dolores musculares.
#COREGym #FitTips

3. Ejemplo de Story para CORE Gym



Visita nuestra página web
para conocer más, link en Bio.

Virtual **CORE**
GYM



VIRTUAL
CORE
GYM

Visita nuestra página web



¿Debemos entrenar
frecuentemente?

CORE
GYM

The CORE GYM logo is at the top. Below it is a large white circle containing a black 'X' symbol. At the bottom, the word 'FALSO' is written in large, bold, white capital letters.



Las pausas o descansos deben
ser de 2 a 3 días

CORE

4. Vista del feed de Instagram para CORE Gym



5. Propuesta de temas para Casa Campo

Pilares del Feed Casa Campo			Pilares del Story Casa Campo		
Casa Campo: más comercial, mostrar qué es Casa Campo	Servicios: mostrar los arrendatarios. (Qué hacen, quienes son, cómo trabajan durante Covid-19, promos etc.	During Covid-19: medidas de bioseguridad dentro de Casa Campo, consejos de bioseguridad en casa.	Casa Campo: más comercial, mostrar qué es Casa Campo	Sports: mostrar los arrendatarios ligados al ejercicio, datos interesantes sobre ejercicio, consejos para ejercitar en casa, frases motivacionales.	Beauty: mostrar los arrendatarios ligados a belleza, consejos para el cuidado personales en casa, datos interesantes sobre el cuidado personal.
Bienestar: motivaciones, consejos y datos sobre el bienestar personal.			Food: mostrar los arrendatarios ligados a comestibles, recetas cortas para hacer en casa.		

6. Stories Casa Campo

CASA CAMPO

Conoce los servicios que
Yolanda's Hair te ofrece



*secados, peinados, manicure,
pedicure, maquillaje, keratina,
tintes, depilaciones y más.*

**El Centro de
Tenis OMTA**

te ofrece
servicios con
todas las
medidas de
bioseguridad.

*Clases privadas
Alquiler de
canchas
Academia para
niños, adultos y
alto rendimiento*



CASA CAMPO

7. Contenido Casa Campo

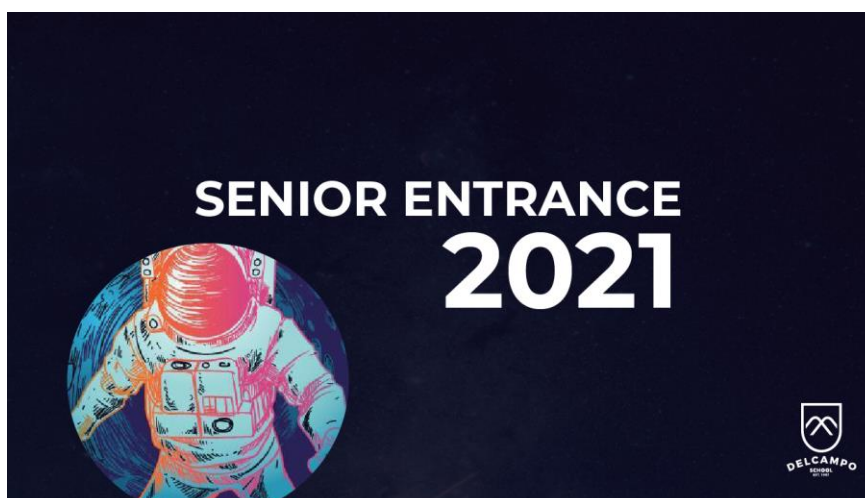


 <p>CASA CAMPO</p>	<p>Nosotros nos preocupamos por tu bienestar y por tu seguridad. ¡De lo bueno, tenemos lo mejor! #CasaCampo</p>
<p>Estamos listos para seguir cuidando de tu bienestar, con todas las medidas de bioseguridad</p> 	<p>¡Atrévete a volver a disfrutar de los buenos momentos! #SeguridadEnCasaCampo #CasaCampo #DeLoBuenoTenemosLoMejor</p>
<p>Recuerda que debes desinfectar hasta tu vehículo</p>  <p>CASA CAMPO</p>	<p>#RecordatorioDeSeguridad Antes y después de utilizar tu carro particular, humedece un paño con alcohol para desinfectar las manillas de las puertas, el volante, palancas de direcciones, palanca de cambios, tablero, la radio y las llantas. ¡No te tomará ni 5 minutos! #CasaCampo #DeLoBuenoTenemosLoMejor</p>

8. Artes para DCS Senior entrance



9. Arte de portada de Youtube para video estreno



10. Artes y copys de DelCampo English Center

	Copy Post Awareness		Copy Post Lead
	<p>Perfecciona tus habilidades lingüísticas para desarrollarte en un ambiente profesional internacional con nuestros Programas Especializados. Ingresar a http://bit.ly/2vNYqLg y conoce más.</p> <p>#DelCampoEnglishCenter #Honduras</p>		<p>Sabemos que como Padre quieres darle las mejores herramientas a tu hijo para alcanzar un futuro exitoso.</p> <p>En DelCampo English Center le brindamos los mejores Programas Infantiles de Inglés y así prepararlo para su futuro.</p> <p>Brindamos tus datos y permítenos apoyarte para lograrlo.</p>
	<p>¡No dejes que termine el año, sin que hayas aprendido Inglés! Ingresar y conoce los horarios que más te favorecen. (Link) #DelCampoEnglishCenter #Honduras</p>		<p>Estás a un paso de aprender un idioma extranjero. Comienza a dominar una segunda lengua con DelCampo English Center. Déjanos tus datos y te informaremos sobre el programa que necesitas. (link) #DelCampoEnglishCenter #Honduras</p>

LA HABILIDAD LINGÜÍSTICA QUE AUMENTÓ TUS COMPETENCIAS LABORALES

COMENZÓ CON




DELCAMPO
ENGLISH CENTER




UN EQUIPO QUE NO TIENE BARRERAS LINGÜÍSTICAS CON CLIENTES INTERNACIONALES

COMENZÓ CON



DELCAMPO
ENGLISH CENTER



MEJORAR TU DOMINIO DEL HABLA, LECTURA Y ESCRITURA DEL INGLÉS

COMENZÓ CON



DELCAMPO
ENGLISH CENTER



APOYAR SU RENDIMIENTO ACADÉMICO

COMENZÓ CON



DELCAMPO
ENGLISH CENTER



HABLAR INGLÉS FLUÍDO

COMENZÓ CON



DELCAMPO
ENGLISH CENTER



11. Contenido Día de Independencia

CORE Gym		<p>En CORE Gym celebramos estos 199 años de Independencia. ¡Que tengan un feliz 15 de septiembre! #COREGym #Honduras #DiadelIndependencia</p>
Emorex		<p>Nos vestimos de azul para celebrarle a nuestra tierra. ¡Les deseamos unas felices fiestas patrias! #TransportesEmorex #Honduras #DiadelIndependencia</p>

DCS	 <p>A poster for DCS celebrating Independence Day. It features a dark blue background with white and light blue wavy patterns on the left side. At the top left is the DCS logo. The text reads "Happy INDEPENDENCE DAY" in a mix of cursive and bold sans-serif fonts. At the bottom right, it says "199 years" above five white stars.</p>	<p>May everyone have a Happy Independence Day and commemorate these 199 years of Honduras. #DelCampoSchool #Honduras #DiadeIndependencia</p>
-----	--	--

Casa Campo	 <p>A poster for Casa Campo celebrating Independence Day. It has a solid blue background. The text reads "FELICES FIESTAS PATRIAS HONDURAS" in white, with "199 años de independencia" below it. At the bottom right, there is a circular graphic containing a stylized Honduran flag. The Casa Campo logo is at the bottom left.</p>	<p>¡Celebremos nuestra Honduras! #CasaCampo conmemora estos 199 años de Independencia y les desea a todos unas felices fiestas patrias. #DiadeIndependencia #Honduras</p>
------------	--	---

English Center	 <p>A poster for English Center celebrating Independence Day. It features a light blue and white background with a stylized Honduran flag and stars. The text reads "Felices FIESTAS PATRIAS" in a mix of cursive and bold sans-serif fonts. At the bottom, there are five white stars.</p>	<p>¡Felicidades Hondureños! DelCampo English Center les desea unas felices fiestas patrias. #DelCampoEnglishCenter #Honduras #DiadeIndependencia</p>
----------------	---	--

12. Highlights Suppleo



13. Pilares de Contenido Suppleo

Productos	DIYs	Promos	Recomendaciones/Tips
<ul style="list-style-type: none"> Más comercial Mostrar por categorías: Escolares, Oficina, Libros, Música, Manualidades y Juegos y Juguetes Didácticos 	<ul style="list-style-type: none"> No comercial Se menciona el producto indirectamente 	<ul style="list-style-type: none"> Promociones Temporada 	<ul style="list-style-type: none"> Por categorías: Arte, Creatividad, Organización, Manualidades, Aprendizaje.

14. Stories Suppleo



Escolares

Marcador Punta Gruesa
Crayola 10 piezas
L. 70






ENCUÉNTRALO
EN



Escolares



Calculadora "Casio"
de ocho dígitos
L. 180

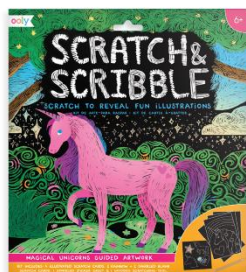


ENCUÉNTRALO

EN



Libros



Scratching Coloring Book
Magical Unicorns

L. 187

 Suppleo



Pack Slime Artesco

L. 233.91



 Suppleo

ENCUÉNTRALO

EN



Juegos y
Juguetes
Didácticos



Ábaco de Madera

L. 53.91

 Suppleo



Oficina

Perforadora Cromada
1 Agujero

L. 43.48



 Suppleo

Cont. 1 pieza

15. Posts Suppleo



Ingres a (link) y regala libros para colorear a tus pequeños artistas.
 #Suppleo #Honduras
 #TodoEnEscuelasyOficina



Despierta su creatividad desde temprana edad. Visita nuestra página web para encontrar herramientas para el desarrollo de tus hijos. #Suppleo #Honduras #TodoEnEscuelasyOficina



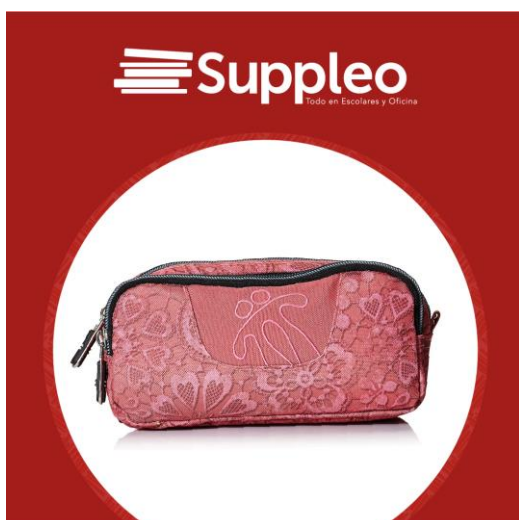
Si te encanta lettering, te volverás loco con nuestra variedad de productos y marcas. Visita (link) y deja salir a tu niño interior. #Suppleo #Honduras #TodoEnEscuelasyOficina



Mantener tu lugar de trabajo organizado, puede ayudarte a ser más productivo y evitar momentos de estrés. Encuentra todo lo que necesites en (link), #Suppleo #Honduras #TodoEnEscuelasyOficina



¡Pinta tu estrés de colores! Pintar te relaja y desestresa, mientras estimulas tu creatividad. Encuentra todo lo que necesitas en (link). #Suppleo #Honduras #TodoEnEscolaresyOficina *Carrusel con la siguiente imagen*



Contamos con amplia variedad de cartucheras de tela y plástico.
¡Encuentra tu favorita! (link) #Suppleo #Honduras #TodoEnEscolaresyOficina



¡Diviértete haciendo unos atrap sueños personalizados! Solamente necesitas un plato de cartón, lana, tijeras, plumas, pintura y tu imaginación. #Suppleo #Honduras #SuppleoHazloEnCasa