

EA&D

**IN
FOR
ME**

**PRÁCTICA
PROFESIONAL**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
PUBLICIDAD COMERCIAL MULLENLOWE

SUSTENTADO POR:

ANDRÉS FELIPE MARTÍNEZ PORTILLO

11611068

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2022

Agradecimiento

A Dios por permitirme llegar a esta etapa culminante de mi carrera y a mis padres por apoyarme financiera y moralmente durante este proceso académico.

La Práctica Profesional ha sido posible gracias a Publicidad Comercial MullenLowe por abrirme sus puertas y concederme la oportunidad de laborar con su personal y desarrollarme con ellos como profesional de Diseño Gráfico, durante el tiempo en el que participe en actividades relacionadas con los servicios prestados a sus clientes.

También agradezco a los conocimientos adquiridos por medio la educación fomentada por los catedráticos de la Carrera de Diseño Gráfico en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).

Resumen

En el presente informe se hará una recopilación de la historia de Publicidad Comercial MullenLowe, desde su creación en el año de 1959, así como la evolución que ha tenido con el pasar de los años y el impacto positivo en el desarrollo de sus actividades; además se describirán todas las actividades que Andrés Felipe Martínez Portillo realizó en su práctica profesional en la referida agencia, durante el período comprendido del 18 de julio al 18 de octubre de 2022, previo a su investidura con el Título de Licenciado en Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC.

Publicidad Comercial MullenLowe, ha estado operando en el país desde 1989, tiene su filial con antecedentes en El Salvador San Salvador, como pequeña agencia nominada Empresa Publicidad Comercial, que después de varias fusiones fue expandiéndose hasta formar parte de MullenLowe Group, una de las redes con mayor reputación creativa en el mundo, ha logrado ampliar su portafolio de servicios integrados de comunicación con 10 Agencias, 26 Unidades y más de 670 colaboradores y se han establecido en el mercado publicitario por su ardua operación con marketing, planificación estratégica y creatividad.

La práctica tiene como finalidad, involucrar al estudiante en un ambiente laboral, para fortalecer sus habilidades y aumentar los conocimientos adquiridos a través de la carrera, para su desarrollo profesional y brindar una contribución social con la empresa que este laborando, permitiendo que el estudiante experimente las circunstancias existentes laborales en su rubro.

El estudiante fue asignado al departamento de Creatividad Digital, para gestionar en el área de diseño. Durante el tiempo de práctica, llevó a cabo trabajos de diseño gráfico, tales como: realización de piezas gráficas interactivas, carruseles, historias de Instagram y like ADS entre otras, que se dieron durante el tiempo que el practicante se desenvolvía en el área designada.

El presente documento consta de 4 capítulos, cuyo contenido es el siguiente:

En el Capítulo I, describe la reseña histórica, visión, propósito, valores y acuerdos de la agencia, los servicios que presta dentro del rubro, las agencias, unidades y colaboradores con los que cuenta, así como las distintas filiales que forman parte del Grupo MullenLowe, los clientes, los líderes administrativos, creativos y el departamento de creatividad en el que se asignó al estudiante para realizar la práctica profesional y los objetivos de la misma.

En el Capítulo II detalla los trabajos asignados que realizó el estudiante durante su tiempo de práctica como Creativo Visual en el departamento de Creatividad Digital, en el que realizó piezas gráficas de posts, historias para Instagram, desplegables, mosaicos, carruseles, álbumes.

En el Capítulo III se observa la propuesta de mejora realizada por el estudiante, proyecto “Manual Retorno Seguro para que El Pulpo no se Enferme” para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe” desarrollado con la metodología del Diseño de Ambrose y Harris y la justificación de este es para satisfacer la necesidad

diagnosticada por el estudiante de retornar los empleados a la oficina de la agencia a realizar la labor de manera presencial, en un ambiente laboral agradable que garantice salud y seguridad y ayudar a prevenir en los empleados los contagios de COVID-19 en la agencia.

En el Capítulo IV indica las conclusiones que demuestra el avance y experiencia adquiridos por el estudiante al laborar en la agencia MullenLowe.

Por último, contiene la bibliografía utilizada para elaborar el informe y el proyecto también un glosario con términos técnicos empleados en la elaboración del proyecto y anexos con ejemplos de trabajos efectuados por el estudiante.

Índice de Contenido

<i>Agradecimiento</i>	VII
<i>Resumen</i>	VIII
Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional	2
1.1 14	
La Red de MullenLowe	7
1.2 22	
Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas	12
2.1 24	
2.2 24	
2.3 30	
Capítulo III. Propuesta de Mejora	20
3.1 32	
3.2 33	
3.3 34	
3.4 41	
3.5 43	
Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones	48
4.1 62	
4.2 62	
4.3 63	
<i>Bibliografía</i>	51
<i>Glosario</i>	54
<i>Anexos</i>	62

Índice de Figuras e Ilustraciones

Figura 1	3
Figura 2	7
Figura 3	8
Figura 4	31
Figura 5	43

**CA
PÍ
TU
LO I**

**Generalidades
de la Práctica
Profesional**

Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional

1.1 Datos Generales de la Organización

La empresa en la que se realizó la práctica profesional se denomina Publicidad Comercial, S.A. de C.V.

Su oficina principal en Honduras se encuentra en el edificio Centro Morazán, Torre 2, Piso 15, Bulevar Morazán la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

1.1.1 Reseña de la Organización

Publicidad Comercial MullenLowe Honduras es una de las primeras agencias publicitarias en Honduras teniendo su primera sede en la Ciudad de Tegucigalpa, Colonia Lomas del Guijarro en el año de 1989, pero fue constituida su oficina líder el 1 de septiembre de 1959 en el Edificio Comercial en el centro de San Salvador, mediante Escritura Pública suscrita por los Señores Ramón Ávila Agacio, Roberto Hill, Julio César Salaverría y Miguel Ángel Salaverría,

En 1965, ganó su primera cuenta multinacional: Industrias Unisola, ahora Unilever.

Desde entonces la agencia creció constantemente en prestigio y facturación.

En 1989 firmó con Lintas Worldwide la representación para Centroamérica y posteriormente se fusionó con Lowe & Partners, con lo cual inició la tarea de abrir sus propias agencias en Honduras, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua. (*Historia*, s. f.-a)

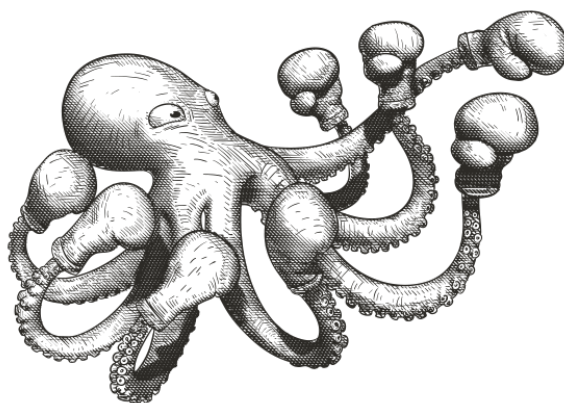
En Guatemala, Publicidad Comercial El Salvador busca a Publicentro de Guatemala como socio estratégico, agencia que había sido fundada desde 1970, convirtiéndose en Publicentro Lowe & Partners. Más adelante, luego de más de 43 años de operar en el

mercado guatemalteco consolida su nombre comercial a Publicidad Comercial Lowe & Partners Guatemala.

Actualmente Grupo Comercial de Comunicaciones (GCC) se ha consolidado como el grupo de Agencias de Publicidad y unidades de Comunicación más grande de Centroamérica conformado por más de 12 agencias en toda la región. (*Historia*, s. f.-b) Ahora, forma parte de MullenLowe Group, una de las redes con mayor reputación creativa en el mundo, ha logrado ampliar su portafolio de servicios integrados de comunicación. (*Publicidad comercial celebra 60 años con una galería creativa*, s. f.)

Figura 1

Imagotipo de la Agencia de Publicidad Comercial MullenLowe, 2022



PUBLICIDAD COMERCIAL
MULLENLOWE

Visión

Inspirar, Influir, Trascender Información recibida de la Empresa Publicidad Comercial Mullenlowe de Honduras

Propósito

- **¿Por qué?** Publicidad Comercial cree que cada persona y cada marca tiene un verdadero potencial que merecer ser liberado.
- **¿Como?** Ellos se desafían constantemente para conocer a profundidad a las personas y las marcas.
- **¿Qué?** Se diseña y ejecutan estrategias para influenciar el comportamiento de los usuarios hacia nuestras marcas.

Información recibida de la Empresa Publicidad Comercial Mullenlowe de Honduras

Valores

Según Publicidad Comercial todas las ideas, personas o historias merecen el respeto. Ellos son solidarios porque están convencidos que todo lo bueno, vuelve más tarde fuerte. Creen en la **integridad** como plataforma para defender la dignidad humana y profesional, también actúan con **libertad** al expresarse, pero también son responsables al escuchar sin dejar nunca de defender con **valentía** y corazón los valores que los representan:

- **Respeto**
- **Solidaridad**
- **Integridad**
- **Libertad**
- **Valentía**

Información recibida de la Empresa Publicidad Comercial Mullenlowe de Honduras

Acuerdos

A continuación, se desglosa los acuerdos de convivencia de una cultura de alto desempeño que utiliza todo el personal de Publicidad Comercial MullenLowe.

1. Asumimos los errores sin excusa y somos parte de la solución.
2. Resolvemos los conflictos directamente y en forma privada con la persona involucrada.
3. Capitalizamos los talentos del equipo, solicitamos apoyo y colaboramos con prontitud.
4. Pedimos apoyo con información detallada, respetamos siempre el tiempo y recursos de los demás.
5. Promovemos un ambiente de trabajo positivo y divertido.
6. Respetamos y apoyamos las decisiones tomadas en equipo.

Historia:

A continuación, se presenta las fechas importantes de la agencia Mullen Lowe en la cual ha ido creciendo agregando a su gran familia filiales, desde sus orígenes en **1959:** la empresa origen Publicidad Comercial, El Salvador. En el año de **1989:** se incorpora a Publicidad Comercial, Honduras. Crea, El Salvador. **1990:** Publicentro, Guatemala. **1992:** Publimark, Costa Rica. **2003:** Empresa Asociadas, El Salvador. **2005:** Empresa Asociadas, Centroamérica. **2006:** Publicentro, Nicaragua. Crea Draft, FCB: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica. **2009:** A&M McCann, Guatemala. **2010:** dos puntos/Crea, Guatemala. **2011:** D4 McCann, Guatemala. Publicidad Comercial, Nicaragua. Ver **Anexo 1**.

Servicios:

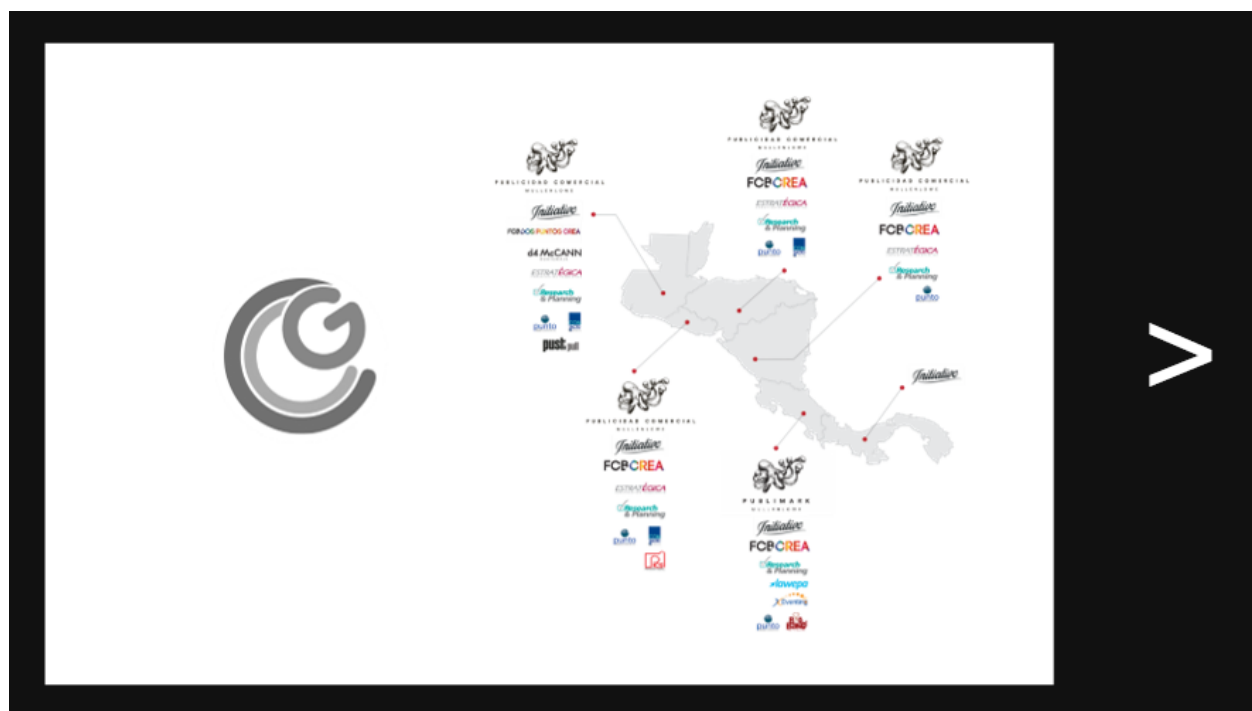
La agencia de Publicidad Comercial MullenLowe tiene experiencia en trabajos especializados forman parte de un catálogo de servicios los cuales se describen a continuación: **McCANN, FCB:** Planificación Estratégica, Creatividad, Branding, Producción. **Research & Planning:** Investigaciones de Mercado, Cualitativas, Cuantitativas, Neuromarketing, Geomarketing. **McCANN, FCB:** Estrategias digitales, Desarrollo de contenido, Desarrollo de Plataformas Digitales, UL/UX, Administración de redes sociales, Inbound Marketing. **Initiative, UM bpn:** Estrategias de medios, Planificación y compra, Negociaciones y Optimización, Monitoreo de Medios, Análisis de Competencia, Investigación de consumidores. **Contacto Experiential Marketing:** Marketing Experiencial, Activaciones BTL, Montaje de Eventos, Lanzamientos de Marca, Presentaciones Corporativas. **Punto Trade Marketing:** Trade Marketing, Shopper Marketing, Impulsación y Promotoría en PDVs, Outsourcing de personal de PDVs. **Estratégica Comunicación Corporativa:** Estrategias de Relaciones públicas, Manejo de crisis. **Ver Anexo 2.**

Agencias, Unidades, Colaboradores.

- 10 agencias.
- 26 unidades.
- Mas de 670 Colaboradores.

Figura 2

Mapa de Agencias CCG, 2022



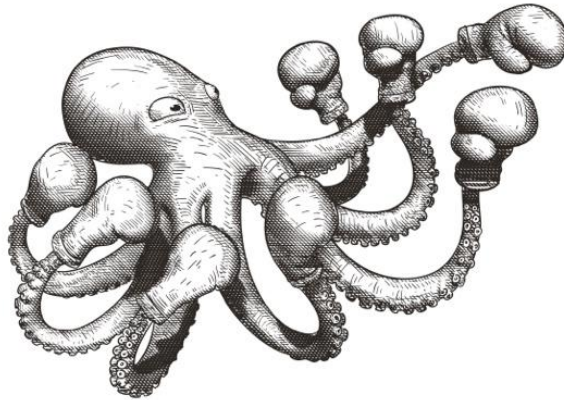
Nota: MullenLowe cuenta con múltiples agencias alrededor de centro américa.

La Red de MullenLowe

Somos una boutique creativa global compuesta por diversas agencias que son únicas, rica en cultura local y experiencia tanto a pequeña como a gran escala, presente en más de 65 mercados, con más de 90 agencias. (NOSOTROS, s. f.)

Figura 3

Imagotipo de MullenLowe, 2022



M U L L E N L O W E

Nota: El significado del pulpo es que la agencia buscan conocer a sus clientes desde lo mas fondo de su ser.

1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica

El estudiante realizó la práctica profesional en el departamento de Creatividad Digital que está conformado por el Director Creativo Digital, Jefe Creativo, Jefe Creativo Visual, Copywriters, Creadores de Contenido y Diseñadores Gráficos, es el encargado de generar conceptos desde campañas publicitarias hasta la ejecución de las mismas, bajo la coordinación y supervisión del Director Creativo a cargo, empleando metodologías creativas y el uso de "Creative Thinking". También se le asigna la realización de contenidos digitales creativos y específicos de la competencia para sus marcas. El equipo creativo es la base que impulsa una agencia de publicidad. Al practicante asignado en esta área, se le encomiendan las siguientes tareas: Realización de Piezas Gráficas y artes finales. Ver Anexo 03.

1.2 Objetivos de la Práctica Profesional

1.2.1 Objetivo General

Reproducir, los conocimientos adquiridos durante la carrera de diseño gráfico realizada en UNITEC, por medio de la práctica profesional efectuada en la agencia de Publicidad Comercial MullenLowe en la que se cumplen las asignaciones que se soliciten, con la finalidad de obtener experiencia laboral en un ambiente profesional.

1.2.2 Objetivos Específicos

1.2.2.1. Desarrollar piezas gráficas, cumpliendo las especificaciones de las ordenes de trabajo, para garantizar la calidad exigida por los clientes.

1.2.2.2. Validar los artes finales corrigiendo dimensiones, errores ortográficos, uso incorrecto de la identidad corporativa, para publicarla donde corresponda.

1.2.2.3. Desarrollar para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe, un manual de retorno seguro para que el pulpo no se enferme, que se adapta a la línea gráfica ya establecida en la empresa.

CA PÍ TU LO II

Actividades
Asignadas y
Realizadas

Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

El estudiante realizó la Práctica Profesional asignado al departamento de Creatividad, con el cargo de creativo visual, el cual tiene las Responsabilidades de: realizar piezas gráficas para numerosos clientes como: AutoPits, Jardines y Piscinas, Utila Dream, Innovatec, Tigo Sports, Tigo Business, UNITEC/CEUTEC, Mall Las Cascadas y Hotel Intercontinental San Pedro Sula. Los artes finales fueron entregados al jefe inmediato Licenciada Ada Sánchez en los formatos JPG y PNG, para publicaciones en diferentes redes sociales con distintos estilos, tales como: flat, historias de Instagram, covers, mosaicos, despegables, etc. Empleándose el uso de programas como Adobe Photoshop e Illustrator. Los elementos gráficos son proporcionados en su mayoría por la base de datos de la agencia (Shutterstock) o por los clientes. Cada pieza realizada fue basada en un instructivo brindado por el departamento de cuentas que se encarga de crearlo basadas en las instrucciones del cliente.

2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

En esta sección se indican y muestran todas las actividades realizadas, durante la práctica profesional con la agencia MullenLowe.

Cuando se inició la Práctica Profesional en la agencia, la Licenciada Ada Sánchez que es la jefa inmediata asignada para realizar el trabajo, dio una Charla de inducción por tres horas, informo al practicante sobre el funcionamiento de la Agencia en términos generales y sobre las asignaciones de trabajo por medio de una Plataforma Electrónica

llamada ICOM, que sirve para facilitar a los usuarios el control de las actividades y el tiempo a utilizar para realizar las tareas asignadas.

En la charla se indicó el proceso del trabajo a realizar para cumplir con las actividades asignadas así: el cliente hace una solicitud de diseño para campañas publicitarias al departamento de cuentas, el cual a través de su personal, después de realizar el análisis o estudio de la misma, hace al cliente una presentación de propuesta del producto de la solicitud, la cual indica puntualmente con imágenes, detalles, copy's y línea gráfica lo que se requiere de la pieza a realizar; en el caso del practicante corresponde a los cronogramas de actividades, una vez que el cliente aprueba el cronograma el encargado de cuentas emite la orden de inicio del trabajo y se procede a asignar las tareas de la misma por medio de ordenes de trabajo al diseñador gráfico asignado por medio de ICOM indicándole o completando los datos de la misma que corresponde a los siguientes campos de información:

- El Código de la orden.
- Anexo.
- Trabajo a realizar.
- Responsable.
- Área.
- Categoría: ICOM
- Cuenta: ICOM
- Generó la orden.
- Cliente.
- Marca/Producto.

- Fecha Solicitada.
- Fecha Negociada.
- Cantidad de Piezas.
- Palabras claves para ICOM.
- Medida.
- Duración.
- Descripción del trabajo.

Lo anterior permite llevar un control de trabajo de actividades realizadas, con el propósito de llevar un registro del cliente. Con esa información el responsable puede llevar a cabo el proceso de desarrollo de la pieza, cuando termina se debe subir la información al ICOM y llenar los siguientes campos correspondientes al formulario para el costeo:

- Cargar archivos.
- Piezas realizadas.
- Horas trabajadas.
- Cantidad de piezas.
- Número de cambios.
- Cantidad de páginas.
- Impresiones, número.
- Recursos, fotografías, número.
- Comentarios.

El formulario para costeo además de llevar el registro de las piezas realizadas, también lleva el tiempo invertido y los recursos utilizados con el propósito de llevar el control de

presupuesto proyectado y aprobado y para llevar constancia del trabajo realizado por la agencia-empleados.

En resumen, en la charla de inducción se enseñó que es el ICOM, para que sirve y como se usa.

A continuación, se presenta los trabajos realizados según ficha del ICOM. Ver Anexo 4.

2.2. Actividades Realizadas Durante la práctica Profesional

- Post

El diseño de los posts realizados en su mayoría, consisten en una readaptación y ubicación de elementos acorde al pedido en distintos tamaños, el más común 1080x1080px. Al estudiante se le ha proporcionado la línea gráfica, brindándole la libertad creativa para diseñar las piezas siempre y cuando se mantengan dentro de los parámetros establecidos de los clientes. Por ejemplo: si el color de la marca es rojo en el post no se puede alterar ese color porque ya es parte de la identidad de la marca. La herramienta usada para realizar estos posts fue Adobe Photoshop, lo cual para el practicante fue un giro de 180 grados, ya que este estaba acostumbrado a realizar trabajos de esta clase en adobe Ilustrador, sin embargo, transcurrido el tiempo se ha adquirido una mayor experiencia usando únicamente ese programa. Ver anexo 5.

- Stories

También como parte de las ordenes se han desarrollado piezas en dimensiones de 1920x1080px usualmente conocidos como stories, los cuales se puede usar en las redes sociales como Instagram, Facebook, Snapchat, etc. Comúnmente en ellas se incluyen videos, reels, readaptaciones de post en miniatura, trivias o encuestas, etc.

En el caso de las cuentas, las stories han servido como un método para realizar ofertas a los clientes, lo que ha permitido que estos puedan no solo seleccionar sus productos sino también a la vez ofrecer una retroalimentación. Se usó para desarrollar las piezas Adobe Photoshop. Ver anexo 6.

- Desplegables

Los desplegados son un tipo de publicaciones que están diseñadas en una forma para que el usuario interactúe con ella, ya que lo primero que se ve es una invitación a descubrir algo de interés al hacer click desplegando más piezas que dan respuesta a la incógnita. Estos pueden tener tips de consejos, información de datos de interés, promociones, etc. Sus medidas usuales son 362x859px también pueden ser 378x1080px.

Se desarrollan las piezas en Adobe Photoshop con la ayuda de guías inteligentes para facilitar la distribución de la información. Ver anexo 7.

- Mosaicos

Estas publicaciones digitales se componen de 2 a 4 piezas, las que se complementan en una línea de lectura cuyo propósito es informar de manera seccionada una idea. Las piezas se intercalan con elementos gráficos diversos como textos, logos, fotos entre otros.

Para desarrollar los mosaicos se utiliza la herramienta de Adobe Photoshop, se crea una sola pieza para luego dividirla o se utiliza distintas mesas de trabajo para componer los elementos.

Las dimensiones de los mosaicos varían, las medidas varían según el número de secciones por ejemplo sin son de 4 piezas 600x600px cada una. También pueden ser de 3 piezas con una medida de 1800x600px horizontal. Ver anexo 8.

- Carruseles

Los carruseles son publicaciones de múltiples piezas de 4 a 8, con una medida de 1800x1800px con el objetivo de compartir archivos multimedia como videos y fotos, para uso publicitario en el que el usuario, para conocer las ofertas tienen que deslizar hacia los lados para visualizar las demás publicaciones. Se desarrollan por medio de Adobe Photoshop usando múltiples mesas de trabajo o en algunos casos una sola mesa, pero con la ayuda de guías inteligentes. Ver anexos 9 al 16.

- Álbumes

Los álbumes son publicaciones seccionadas para poder verse como un todo en su conjunto, si se toma interés en una parte del conjunto, el usuario da click en el área y automáticamente se mostrará un zoom de la pieza seleccionada. Los álbumes varían en sus dimensiones ya que dependen del número de piezas que lo integran. Por ejemplo: en un álbum de 4 piezas, la portada puede tener una medida de 800x1200px y las otras secciones 1200x1200px.

Se trabajan en Photoshop con la herramienta mesas de trabajo para poder trabajar cada una individualmente. Ver anexo 10.

- Like ADS

Son publicaciones en pequeñas dimensiones que tienen como propósito ser vistas en dispositivos como teléfonos y tabletas, sus medidas pueden ser: 560x292 px. Para realizarlas se utilizó Adobe Photoshop. Ver anexo 11.

2.3 Actividades de Mejora Implementadas

Para llevar a cabo el control de las actividades asignadas y calcular el tiempo utilizado en el desarrollo de cada orden de trabajo solicitada, se implementó el uso de un cuaderno de anotaciones, en el que se registran las horas trabajadas desde su inicio hasta su final. Para calcular el tiempo con mayor precisión se usó un cronómetro, para el manejo óptimo del tiempo.

Otro aspecto de mejora a destacar es la realización de consultas directas sobre los avances de las piezas en desarrollo y en respuesta corregirlas en base a las sugerencias y correcciones recibidas.

**CA
PÍ
TU
LO III**

Propuesta de
Mejora

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1 Problema Identificado

La agencia de Publicidad Comercial MullenLowe comprometida con la seguridad y salud de sus empleados, desde que la Organización Mundial de la Salud declaró Pandemia por el coronavirus denominado COVID-19, como medida de control y prevención del mismo, ha tomado la decisión de enviar correos electrónicos a sus empleados con boletines informativos sobre el virus, notificación de centros de vacunación y conservar la modalidad de trabajo híbrida, para evitar el contagio.

Así mismo, conforme se levantaban las medidas de aislamiento; dentro de la oficina se implementaron rotulaciones informativas para los empleados del área administrativa que por sus funciones, se integraron a sus labores en el centro de trabajo, también se entregaron kit para desinfección de manos entre otros, sin embargo a pesar de eso la agencia necesita atraer nuevamente al resto de su personal a realizar su trabajo de forma presencial, en un ambiente laboral agradable y seguro, por lo tanto, se consideró necesario el desarrollo del “Manual Retorno Seguro para que El Pulpo no se Enferme” para la agencia, con el propósito de ayudar al personal a reintegrarse al entorno laboral aplicando las medidas de bioseguridad, para así garantizar su salud y seguridad.

Lo anterior teniendo en cuenta y como modelo a seguir el Manual General de Bioseguridad por motivo de Pandemia COVID-19 para Centros de Trabajo emitido el 27 de mayo de 2020 por la Secretaría de Estado en el Despacho de Trabajo y Seguridad Social, quien se encarga de la inspección y evaluación de los centros de trabajo a nivel

nacional, así como velar por el cumplimiento a la legislación y normativa laboral en materia de prevención sobre seguridad y salud de los trabajadores; y de igual manera contemplar el cumplimiento de las normativas y recomendaciones de los organismos internacionales relacionados con la seguridad y la salud en el trabajo, como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC). (Secretaría del Trabajo y Seguridad Social, 2020). (Secretaría del Trabajo y Seguridad Social, 2020).

3.2 Situación Actual en la Organización

Durante el tiempo que el estudiante realizó la práctica profesional, en el cual subsiste la Pandemia COVID-19, identificó que si bien es cierto la agencia ha implementado con la mayoría de su personal la modalidad de trabajo híbrida, cuenta con afiches informativos en sus oficinas para los empleados con modalidad de trabajo presencial, clientes y otros visitantes, con información de carácter general sobre la pandemia como medidas para prevenir su contagio, sin embargo la agencia debe atraer nuevamente a la oficina a todo su personal a realizar su labor de forma presencial para el desarrollo de sus actividades y para ello requiere de un manual que regule el retorno laboral físico y que les garantice seguridad y salud.

3.3 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada

La reciente crisis provocada por la Pandemia COVID-19 aumenta el interés y la necesidad de realizar una capacitación masiva para la aplicación de medidas básicas de bioseguridad, tanto en los lugares de trabajo como en sus hogares. Esta es la mayor razón para que la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, haya emitido el Manual General de Bioseguridad por motivo de Pandemia COVID-19 para Centros de Trabajo, el cual se convierte en la guía para la aplicación en el sector empresarial. (USAID, 2020).

MullenLowe España (2020) refiere que el cambio en la dinámica de trabajo no solo ha afectado la parte administrativa de las empresas también el bienestar de sus trabajadores, ha sido un mayor esfuerzo mental desarrollar sus obligaciones en este nuevo contexto, además las empresas tienen que tener como prioridad La seguridad, el compromiso y la motivación de sus empleados.

Que una vez que las condiciones sanitarias lo permitan las empresas podrían evaluar, bajo estrictas medidas de seguridad, retornar al trabajo presencial, lo cual conlleva una planificación y preparación adecuada para enfrentar esta nueva etapa... SOFOFA conformo un grupo de trabajo con el objetivo de evaluar tecnologías que puedan facilitar el retorno al trabajo post COVID-19, constituido por expertos técnicos, representantes de empresas, académicos y las mutuales, preparando este documento que contiene tres partes: I) antecedentes generales y contingencias que se observan para el retorno al trabajo presencial en las empresas; II) Propuesta “inicial” para el retorno elaborado exclusivamente sobre la base de las experiencias de empresas que integran el grupo de trabajo ya

indicado, y iii) Guía de Tecnologías para facilitar el retorno seguro. (SOFOFA, 2020, p. 2).

USAID (2020) nos indica que las medidas de bioseguridad deberían ser parte de nuestros hábitos diarios, no obstante, su adopción en el país no ha sido parte de la cultura y tampoco se consideraba obligatoria, pero ahora con la crisis del COVID-19, su aplicación se ha vuelto ley las que quedaron establecidas en el Código de Trabajo y en el Manual General de Bioseguridad.

El 12 de abril de 2020 la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social con la colaboración entre otros del Centro de Investigación y Desarrollo en Salud, Trabajo y Ambiente con sus siglas establecidas (CIDSTA) que pertenece a la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) y con la aprobación entre otras instituciones relevantes como ser la Secretaría de Salud; elabora el Manual General de Bioseguridad por motivo de Pandemia dirigido a los Centros de Trabajo, antes referido, el cual tiene como objetivo tener un alcance a nivel nacional siendo su principal propósito el reducir las consecuencias de la propagación e infección por COVID-19, en la población que labora del país, por medio del cumplimiento de medidas de prevención del virus. Este Manual indica que es importante establecer las condiciones de seguridad y salud, en las que se deben realizar las actividades laborales en los distintos lugares de trabajo sin importar la actividad económica y profesión u oficio sin perjuicio de los reglamentos adicionales que se establezcan para cada uno y que para efectos de aplicación de este manual, se tendrán como medidas de prevención entre otras, aquellas que permitan cumplir con los objetivos de: a) Garantizar la seguridad y salud de los trabajadores en todas las

actividades económicas ... y lugares de trabajo. b) Garantizar el desarrollo de programas permanentes de seguridad y salud en el trabajo, encaminado a proteger y mantener la salud de los trabajadores y el adecuado funcionamiento de sus actividades. c) ... d) Adoptar medidas apropiadas para informar, proteger, fomentar y promocionar la salud de los trabajadores en las organizaciones, centros y lugares de trabajo; difundiendo entre los trabajadores los instructivos y las medidas de prevención y control que se emitan y adopten sobre la COVID-19. e) ... f) Cumplir las disposiciones de este manual, así como las normas, reglamentos, manuales e instructivos que se creen para la prevención de la COVID-19 g) Utilizar y mantener activos los sistemas y programas de seguridad y salud en el trabajo, utilizados para la prevención de riesgos de la salud ante la pandemia, en especial los biológicos. h) ... (Secretaría del Trabajo y Seguridad Social, 2020).

Verdeza (2020) informa que si bien es cierto que la enfermedad tiene un nivel de infección elevado, aun así existen diversos protocolos de bioseguridad los cuales ayudan a reducir el riesgo de infección. Es importante que existan estas medidas dado que nos ayudan a preparar un plan para la prevención del contagio y también como reaccionar cuando exista un caso positivo en el ambiente laboral.

OMS (2005) define que la bioseguridad es el conjunto de normas y medidas para resguardar la salud del personal, ante cualquier riesgo biológico a los que está expuesto en el desempeño de sus funciones.

El Poder Ejecutivo, considerando la situación del COVID19 y consiente de la necesidad de robustecer las medidas adoptadas para mitigar la situación generada por el coronavirus, el 17 de mayo de 2020 emite: el Decreto Ejecutivo No. PCM-045-2020,

en el cual en el Artículo 4 se menciona el uso obligatorio de los protocolos de bioseguridad en instalaciones públicas acorde a los establecido por Sistema Nacional de Riesgos (SINAGER) y la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud y en el Artículo 10 se autoriza a toda industria que aplica las medidas de prevención de bioseguridad para que puedan llevar a cabo sus actividades en las fases y plazos establecidos por la autoridad competente. (La Gaceta, 2020).

Por su parte también el Poder Legislativo de Honduras, considerando que para minimizar el riesgo de contagio y propagación del virus COVID-19, es necesario replicar el uso de mascarilla y protocolos de bioseguridad para todas las personas, el 23 de mayo del 2020 emitió el Decreto No. 58-2020, que contiene la Ley de Uso Obligatorio de Mascarillas y Aplicación de Protocolos de Bioseguridad, la cual según su Artículo 3 , literal h) le es aplicable a las personas que asisten a establecimientos de trabajo, en su Artículo 8 indica que todos los centros de trabajo o establecimiento a que se refiere esta Ley, están obligados a aplicar y cumplir con los protocolos de bioseguridad por motivo de la Pandemia COVID-19 aprobados por el Poder Ejecutivo, a fin de garantizar la salud de los trabajadores y la población en general... y en su Artículo 9 señala, en el caso de incumplimiento de la aplicación de los protocolos de bioseguridad, se faculta al Poder Ejecutivo a través de la Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social y la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad, a cancelar la operación de forma temporal de cualquier establecimiento mencionado en esta Ley o centros de trabajo donde se determine que no se observa la aplicación de dichos protocolos. Además, ordene de manera inmediata las medidas correctivas para eliminar el riesgo de contagio de COVID-19 y las preventivas para

evitar el hacinamiento de personas o cualquier otra que prevenga un posible siniestro, todo ello con el propósito de salvaguardar la vida, la integridad física, la salud de los trabajadores y la población en general. Dichas medidas, según cada caso, pueden consistir en la suspensión total o parcial de las actividades del establecimiento, centro de trabajo, inclusive, la restricción de acceder las personas, de los trabajadores o población general a una parte o a la totalidad del mismo, hasta en tanto se adopten las medidas de seguridad necesarias para evitar que suceda un siniestro. La reactivación de la operación sólo podrá realizarse por medio de una comunicación de la Secretaría de Estado en los Despachos del Trabajo y Seguridad Social o la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad. (La Gaceta, 2020).

OIT (2020) nos dice que:

Está a disposición de los países de América Latina y el Caribe la herramienta de 10 pasos, que contiene orientaciones a seguir para formular y aplicar protocolos de seguridad y salud, a nivel sectorial y/o de empresa, en base al diálogo social bipartito entre empleadores y trabajadores, que permitan un retorno al trabajo seguro y saludable y que actúen como una barrera frente a posibles nuevos brotes de contagio. La seguridad y salud en el trabajo es una de las claves para la reactivación productiva con trabajo decente y para la conciliación de los objetivos de contención de la pandemia y de la recuperación económica. (p. 1).

OIT (2020) en los sectores de actividad para entregar los lineamientos a las empresas y/o elaborar protocolos sectoriales de seguridad y salud laboral para

garantizar un retorno seguro al ambiente laboral. En las empresas sin importar su tamaño y actividad.

Indica que cuando se tiene un plan de retorno al trabajo presencial debe hacer énfasis en socializar a los empleados sobre cómo serán las condiciones en las cuales se empezará a desarrollar el trabajo presencial, y en la aplicación de medidas de bioseguridad tales como:

- Sistema de turnos.
- Diferentes horarios de entrada y salida.
- Vigencia del teletrabajo en cierta cantidad de trabajadores.
- Evaluar apoyo en el transporte de los trabajadores para evitar uso de transporte público.
- Revisar los horarios de almuerzo de los empleados para no cogestionar el área de comida. (SOFOFA, 2020).

Desde el año 2020 en el cual el Coronavirus denominado COVID-19, fue declarado una Pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS), han transcurrido más de 2 años, como consecuencia de ello desde ese año, la mayoría de los empleados de la agencia de Publicidad Comercial MullemLlowe, por disposición administrativa y seguridad de ellos, realizan su trabajo mediante modalidad de trabajo híbrida.

La empresa Cabernos Grupo Consultora de Servicios TI española, indica que son desventajas que crea el teletrabajo, entre otras las siguientes: desvinculación emocional del empleado con la empresa, dificultad para hacer el trabajo en equipo, aislamiento,

descenso de la productividad, reducción del aprendizaje, baja autoestima y motivación, síndrome "siempre trabajando", mala ergonomía, falta de excusas para cambiar de postura, desasosiego por la falta de una política clara de valoración del esfuerzo. (Grupo Cibernos, 2022)

Si bien esta empresa para superar los puntos antes indicados también refiere herramientas empresariales para motivar a los empleados; para evitar lo anterior y para realizar el trabajo de la mejor forma posible, la agencia MullenLowe debe traer a los empleados de nuevo a la oficina en un ambiente agradable y seguro para su salud y para esto en razón de que no cuenta con ello, es necesario emitir un Manual que contenga lineamientos al respecto que lo facilite, es por eso que se propone emitir el "Manual Retorno Seguro para que el Pulpo no se Enferme", con los cual se logrará además de evitar lo antes indicado traerlos de nuevo a la oficina logrando lo siguiente:

- Mejorar la comunicación entre los empleados para realizar el trabajo.
- Ser más eficientes
- Mejorar el flujo de la operación de la agencia
- Mejorar el manejo del tiempo de todos
- Nuevas oportunidades para los empleados para demostrar sus talentos.

3.4 Soluciones Identificadas

- Realizar un Manual de retorno seguro para que el pulpo no se enferme, para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe, con el propósito de ayudar a facilitar el uso de las medidas para prevenir el coronavirus e informar a los empleados cómo evitar el contagio y así protegerse.
- Realizar capacitaciones a los empleados sobre cómo usar los protocolos de bioseguridad en la oficina, de manera que se pueda crear un ambiente profesional donde se sientan seguros, libres de hacer su trabajo.
- Crear un ambiente amigable de manera que facilite el reingreso al entorno laboral al personal de trabajo de manera que se sientan como en casa.

3.4.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto

El nombre es: Un retorno seguro, para que el pulpo no se enferme.

En este manual de protección del COVI-19 se incluirán todas las medidas de bioseguridad necesarias con el propósito de que los empleados puedan usarlas y así evitar el contagio del coronavirus.

El tipo de proyecto será en formato digital para uso exclusivo de los miembros de la agencia.

3.4.2 Objetivos del Proyecto Propuesto

3.2.2.1. Desarrollar un manual de retorno seguro para que el pulpo no se enferme, para la agencia de publicidad, empleando un diseño único aplicando los

conocimientos adquiridos durante la carrera, para hacer del retorno de los empleados al área laboral una experiencia agradable y dinámica.

3.2.2.2. Dar a conocer el Manual de retorno seguro para la agencia de publicidad para que el pulpo no se enferme por medio de una mini-campaña interna para socializar el manual con los trabajadores de la agencia. Ver Anexo 20

3.4.3 Alcances del Proyecto

El manual un retorno seguro para que el pulpo no se enferme para la agencia de Publicidad MullenLowe, que contiene indicaciones para reingreso a las áreas de trabajo con sus disposiciones, será de cumplimiento obligatorio para todos los miembros empleados de la Agencia de Publicidad MullenLowe y para las personas que visiten la oficinas de ésta, por razón de su giro comercial y demás en los casos que aplique, con el objetivo de crear un ambiente seguro y sano para todos en la agencia.

Este manual se revisará y actualizará periódicamente acorde a las necesidades que se presenten en el ambiente laboral desde el punto de vista de la seguridad y la salud, con la autorización del órgano correspondiente, publicándose la versión vigente en el portal interno de la agencia.

Para la fase de implementación, se realizó una mini campaña digital interna en las redes sociales de la agencia y por correo, con la finalidad de presentar a los empleados el manual un retorno seguro para que el pulpo no se enferme para la agencia de Publicidad MullenLowe.

Una vez presentado el manual se enviará a cada miembro de la agencia vía correo electrónico para que se pueda empezar a aplicar en el entorno laboral con la esperanza

de que personal puedan reingresar a las áreas de trabajo de manera segura y sin complicación alguna.

3.4.4 Componentes del Proyecto

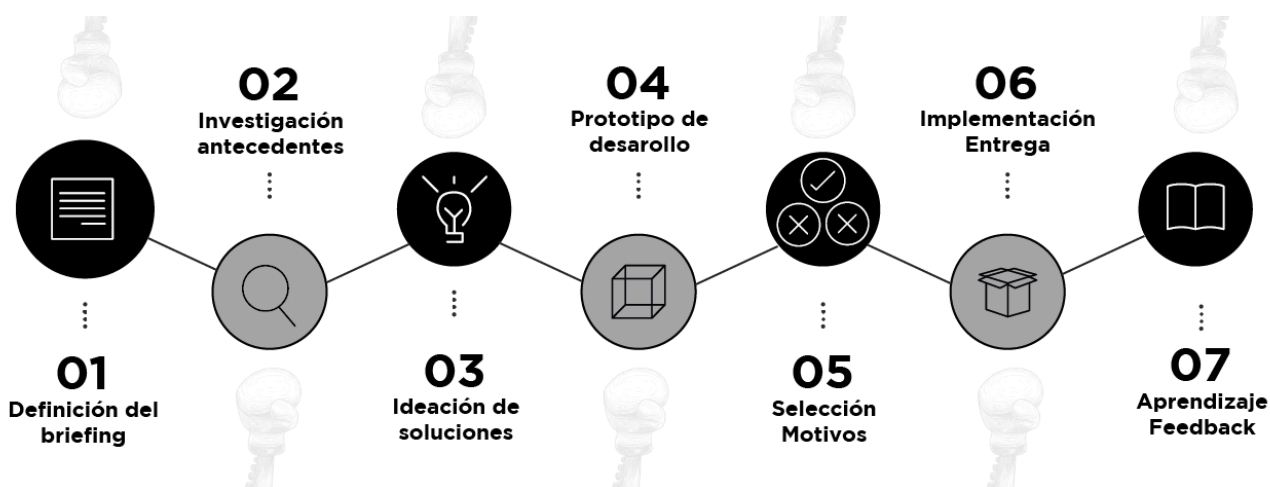
- Manual de retorno seguro para que el pulpo no se enferme para la agencia de publicidad
- Señalética para las distintas zonas de la oficina
- Mini campaña digital en redes sociales de la agencia y correo con la finalidad de presentar a los empleados el Manual de retorno seguro para que el pulpo no se enferme de la agencia de publicidad.

3.5 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

Se usó la Metodología del Diseño propuesta por Gavin Ambrose y Paul Harris la cual consiste en la aplicación de un proceso práctico en la creación de una solución de diseño.

Figura 4

Diagrama de la Metodología Gavin Ambrose y Paul Harris



Se seleccionó esta metodología debido a la estructura que posee, la cual permite realizar paso a paso el trabajo, de una forma clara y ordenada, al mismo tiempo pueden sustentarse las decisiones tomadas al momento de desarrollo de una solución de diseño.

El diseño es un proceso que se repite y en el que siempre está presente la planeación desde que se realizó la propuesta al cliente hasta presentar el producto final. Se pueden realizar diferentes soluciones para cualquier proyecto las cuales pueden diferir en creatividad, practicidad y presupuesto, el objetivo de este método es mostrar una visión general del planteamiento del diseño el cual está involucrado en cada fase del proceso del diseño: los métodos utilizados por los diseñadores para realizar ideas creativas, las consideraciones que son importantes para darle forma y el feedback junto con los elementos de revisión que ayuda a los equipos de diseño a aprender de cada trabajo y contribuir a los futuros encargos. (Gavin Ambrose, 2010)

3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto

El desarrollo de esta metodología implica un alto grado de creatividad, pero está dirigido por el proceso mismo, razón por la cual consta de 7 fases las cuales son:

Fase 1. Definición

Gavin Ambrose (2010) nos explican que para resolver el problema de diseño, el público objetivo deben ser definidos para una comprensión precisa del problema lo cual ayuda a desarrollar soluciones más exactas. Lo primero es establecer cuál es el problema, luego se desarrolla el encargo o Briefing: presenta las solicitudes de un

cliente para un trabajo de diseño, pueden ser verbales o escritos, sencillos o complejos. El briefing por lo general posee un objetivo específico que debe ser cumplido por el diseño, pero a la vez puede ser formulado de manera que tenga diferentes interpretaciones, cuanto más se desarrolle la relación de trabajo entre el diseñador y el cliente mayor será la comprensión sobre los términos clave.

Gavin Ambrose (2010) para comprender mejor la solicitud del cliente y darle la solución al problema de diseño la metodología nos indica que el objetivo principal es, simplemente, lo que el cliente espera conseguir al momento de encargar un trabajo de diseño, para ello debemos comprender perfectamente la solicitud y adaptarlos al planteamiento del diseño. Así que la metodología hace una lista de control para entender el briefing ¿Entiendes lo que el cliente pide? ¿Entiende el cliente lo que pide? ¿Estás de acuerdo con la definición de los términos? ¿Contiene el briefing algún defecto? ¿Puedes satisfacer las expectativas del cliente?.

Las cinco preguntas a continuación son una serie de interrogantes que, cuando se formulan, deben obtener respuestas concretas basadas en datos necesarios para definir adecuadamente el problema de diseño cuyo propósito es generar los objetivos de la solución de diseño.

- ¿Quién es el cliente y el público objetivo?

R/: El cliente es la agencia de Publicidad Comercial MullenLowe y el público objetivo son los empleados que forman parte del staff de la agencia..

- ¿Qué solución de diseño tiene en mente?

R/: Un manual de bioseguridad digital.

- ¿Cuándo se necesitará el diseño y durante cuánto tiempo?

R/: La fecha de entrega sería el 30 de septiembre de 2022 y se usara de forma permanente.

- ¿Dónde se utilizará el diseño?

R/: Redes sociales y Pagina web.

- ¿Por qué usted cree que la agencia necesita el manual?

R/: La necesita porque deben conocer a mayor profundidad los protocolos de bioseguridad para evitar el contagio.

- ¿Cómo se implementará la solución?

R/: Será una distribución vía email

La propuesta: Una vez definido el briefing del proyecto y sus objetivos le permitirá al equipo de diseñadores realizar la propuesta general del diseño, se utiliza para describir las ideas generales y los valores que un diseño pretende al ser presentado e interiorizado, por el público objetivo. Una vez establecida la propuesta, se puede definir y articular con más precisión para el público.

Fase 2. Investigación

Una vez que se ha definido el problema, el diseñador comienza a recolectar información que pueda introducir en el proceso creativo de la fase de ideación. La investigación puede ser cuantitativa, con una gran cantidad de datos estadísticos sobre el tamaño y la composición del público objetivo, como cualitativa, con información acerca de lo que el público objetivo compra o consume y cuál es su estilo de vida, después se revisa toda la información disponible, como los antecedentes del problema de diseño, la investigación del usuario final y las entrevistas de opinión e identificar posibles obstáculos. (Gavin Ambrose, 2010)

Investigación primaria

Una fuente primaria que se usó para el desarrollo del contenido del manual fue conseguida de fuentes oficial como la OMS, Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, Decretos ejecutivos del país, Secretaría de Salud, así mismo el feedback con el cliente. También se buscaron proyectos previos llevados a cabo. El feedback proporciona un punto de partida respecto a qué funcionó y qué no.

Investigación secundaria

Es la información obtenida de fuentes indirectas generales, como comentarios hechos en medios informativos.

Dentro de la lista de control de esta fase se contestaron las siguientes preguntas

- ¿Dispones de feedback de proyecto previos?

R/: Si

- ¿Dispones de una composición estadística del público objetivo?

R/: El público objetivo son todos los empleados de la agencia (hay más de 70 empleados los cuales están divididos en 3 áreas: empleados administrativos, los de planta y los diseñadores del área creatividad. Hay dos oficinas una en Tegucigalpa y en San Pedro Sula.

- ¿Entiendes el mercado objetivo?

R/: Si todos los empleados de Publicidad Comercial.

- ¿Cuál es el nivel de educación del público objetivo?

R/: El nivel de educación es alto desde universitarios con maestrías hasta escolar primario.

- ¿Cuál es el estilo de vida característico del público objetivo?

R/: Es variado

- ¿Cuáles son las aspiraciones del público objetivo?

R/: De crecimiento, seguridad para ellos y sus familias.

Fase 3. Ideación

Para el proceso de ideación se decidió tomar de base un manual de bioseguridad oficial de la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social junto con las referencias de otros manuales de bio seguridad los cuales se readaptaron a las necesidades de la agencia. Se uso el método de la lluvia de ideas para definir el slogan.

Fase 4: Prototipo

“Un prototipo proporciona al equipo de diseño y al cliente la posibilidad de visualizar y manipular un concepto de diseño, tener una idea de su apariencia física y sus cualidades táctiles.” (Gavin Ambrose, 2010, p. 22).

Para las preguntas de control de esta fase

- ¿Todas las soluciones posibles requieren la creación de un prototipo?

R/: Si

- ¿Qué elementos pondrá a prueba el prototipo?

R/: El color, tipografía, contenido, tamaño, jerarquías, ilustraciones, línea gráfica, etc.

- ¿Qué funcionalidad tendrá el prototipo?

R/: Ser adaptable a múltiples dispositivos.

(Gavin Ambrose, 2010) afirma:

Una vez que el diseñador ha pasado por las etapas iniciales en el proceso de diseño y ha logrado y perfeccionado una idea, todavía tiene que seguir con el planteamiento del diseño, esta fase se ocupa de qué apariencia tendrá un diseño, cómo se llevará a cabo... cómo y de qué manera se expresa algo gráficamente, cuál es su énfasis, si es moderno o anticuado puro o elaborado. No se trata de decoración, sino de cómo el vocabulario gráfico usado es un diseño que suma o resta, invierte o realza su significado. (p. 135)

Para el manual de bioseguridad se tomó las siguientes decisiones de diseño:

- Plataforma digital
- Dimensiones carta horizontal (11x8.5 pulgadas).
- Diseño basado en la línea gráfica de la agencia.
- Páginas 50.
- Estructura: introducción, glosario, objetivo, ámbito de aplicación y duración, medidas generales, medidas específicas, medidas disciplinarias, bibliografía.

Fase 5. Selección

(Gavin Ambrose, 2010) afirman:

“Se comparan todas las soluciones propuestas con el objetivo del encargo... hacer elecciones. Es el punto en el que se escoge una de las soluciones de diseño propuestas para desarrollarla. El criterio fundamental de la selección es la idoneidad para el propósito: ¿el diseño cumple las necesidades y las metas del briefing, y se comunicará con eficacia con el público objetivo para conseguir esos fines? El diseño

ganador suele ser el que más se acerca al briefing de diseño o una parte significativa de este.” (p.).

Un factor decisivo para el proceso de selección es el costo y el tiempo. Puede suceder que el presupuesto disponible sea insuficiente para la solución preferida y por tanto se tenga que seleccionar una opción más modesta.

Lista de control

- ¿El diseño cumple las necesidades definidas en el briefing?

R/: Si

- ¿El diseño encaja con el público objetivo?

R/: El manual está diseñado para ser comprensible para cualquier grado de escolaridad

- ¿El diseño se puede producir en el plazo y dentro del presupuesto disponible?

R/: Si se puede realizar dentro del plazo,

Fase 6. Implementación

Ambrose y Harris (2010) indican que esta fase generalmente el diseñador entrega el material gráfico del diseño y las especificaciones de las piezas en formato específicos a aquellos que producirán el producto final, estos pueden ser impresores, el creador de una página web o un fabricante. Este es el mejor momento para reafirmar las especificaciones de producción, por ejemplo, la cantidad que se debe imprimir, los tamaños, materiales, etc. El equipo de diseño suele ocuparse del proceso de gestión, con el propósito de asegurarse de que el resultado final cumpla con las expectativas de diseño y que el proyecto se ajuste acorde al presupuesto y los plazos.

Para la fase de implementación, se realizó una mini campaña digital en las redes sociales de la agencia y por correo, con la finalidad de presentar a los empleados el “Manual Retorno Seguro para que El Pulpo no se Enferme” para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe

Una vez presentado el Manual se enviará a cada miembro de la agencia vía correo electrónico para que se pueda empezar a aplicar en el entorno laboral con la esperanza de formar al personal sobre las medidas preventivas y así reducir el contagio.

Lista de control de la fase de implementación

- ¿El cliente ha aprobado los diseños?

R/: El supervisor directo del estudiante revisó y aprobó la solución de diseño para proceder a distribuirla.

- ¿Se ha entregado el trabajo final?

R/: En este caso el Manual se ha entregado empaquetado a la agencia de publicidad para que ellos procedan en un futuro a reproducir el manual.

Fase 7. Aprendizaje

“Ayuda a los diseñadores a mejorar sus resultados y por este motivo los diseñadores siempre deberían buscar el feedback del cliente y del público objetivo y determinar si la solución propuesta cumplió los objetivos del encargo así pueden que identifique mejoras que podrán aplicarse en el futuro.” (Ambrose y Harris, 2010, p. 12).

Ambrose y Harris (2010) nos explican: “Tras la implementación, el cliente puede empezar a buscar o recibir feedback de cómo el producto ha sido recibido por el público objetivo y cuán positivos han sido sus efectos en éste. Así, una empresa de diseño puede averiguar cómo respondió la audiencia a su diseño”. (p. 28)

Ambrose y Harris (2010) nos dicen que la habilidad de aprender en cada fase del proyecto refuerza el desarrollo del planteamiento del diseño, y ayuda a generar ideas radicales y con éxito.

Lista de control

- ¿Se ha dialogado con el cliente sobre el éxito de la implementación?

R/: El cliente considera que la agencia necesita seguir aplicando las medidas de bioseguridad por lo que ve oportuna la implementación del manual.

- ¿Cuánto éxito obtuvo la implementación?

R/: La propuesta de mejora se utiliza como parte de las medidas de reingreso al área laboral y ahí se determinará que tan efectiva fue.

- ¿Qué feedback ha recibido o ha aportado el cliente?

R/: El cliente esta satisfecho con la propuesta, por los momentos no se han solicitado cambios pero se entregara también en editable por si en algún momento en el futuro se requiera una actualización.

- ¿Qué aspectos se pueden mejorar?

R/: Por el momento no hay observaciones por parte del cliente, igualmente la propuesta se actualizará acorde a las necesidades de la agencia.

3.5.3 Presupuesto Requerido

PRESUPUESTO				
DISEÑADOR SALARIO MENSUAL 30 DÍAS		L20,000.00		
DÍAS HÁBILES DE TRABAJO 20 SE PAGAN 30 DÍAS		30		
HORAS DE TRABAJO DIARIAS		8		
PRECIO POR HORA		L83.33		
TRABAJO	DESCRIPCIÓN	HORAS DE TRABAJO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Investigación realizada en Internet, para recabar información, para el desarrollo del manual un retorno seguro para que el pulpo no se enferme, para la agencia de Publicidad MullenLowe.	Diseñador	14 horas	L. 83.33	L. 1,166.62
Redacción del contenido del manual.	Diseñador	45 horas	L. 83.33	L. 3,749.85
Bocetaje (actividades de diseños de ilustraciones para el manual, cumpliendo con la línea gráfica establecida).	Diseñador	16 horas	L. 83.33	L. 1,333.28
Elaboración Mini-campaña de publicidad Interna, para socializar el manual.	Diseñador	6 horas	L. 83.33	L. 499.98
Envío de correo electrónico conteniendo el manual versión digital a mi jefe inmediato de la agencia, para que este lo remita a la máxima autoridad de la agencia, para su posterior envío por el mismo medio a los empleados de la institución, por quien esta indique, para socializarlo con ellos, para lograr su adecuada implementación.	Diseñador	30 minutos	L. 83.33	L. 41.66
INVERSION TOTAL				L. 6,791.39

Tabla 1 Presupuesto requerido

Se realizó un cuadro de presupuesto de inversión tentativo, para el desarrollo del producto. Las unidades consideradas para la realización del presupuesto, fue de un Manual Retorno Seguro para que El Pulpo no se Enferme, para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe en versión digital.

Los precios por hora establecidos en el presupuesto, se basan en el precio por hora calculado para el diseñador gráfico, que realizará el manual, así:

Sueldo mensual L 20,000.00 entre 30 días del mes, resulta L. 666.66 pago de valor diario, entre 8 horas diarias de trabajo, resulta a L. 83.33 cada hora.

Considerando que las actividades de investigación en internet para el manual de propuesta de mejora, la redacción, el bocetaje, la mini campaña publicitaria del manual y el correo electrónico para la autoridad correspondiente de la agencia, conteniendo el manual para su socialización y posterior implementación serán realizadas por el diseñador, los precios estipulados en el cuadro para éstos se establecieron en base al sueldo por hora del diseñador.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD Y PRODUCTOS A COMPRAR PARA REALIZAR LA MINI CAMPAÑA PUBLICITARIA.	PRECIO UNITARIO	IMPUESTO SOBRE VENTAS 12%	VALOR TOTAL POR UNIDAD	TOTAL
Para la señalética compra de: 2 Banners araña de 30x70 pulgadas de medida, de lona vinílica y objetos.	L. 780.00	L. 93.60	L. 873.60	L. 1,747.20
2 Afiches tamaño carta tabloide de 12 x18 pulgadas, en papel bond base 20 satinado, cover 1 cara, color negro.	L. 25.00	L. 3.00	L. 28.00	L. 56.00
2 Rótulos 1 de entrada y 1 de salida de 12x4 pulgadas.	L. 38.40	L. 4.60	L. 43.00	L. 86.00
6 Rotulos de oficinas de 8x4 pulgadas.	L. 25.60	L. 3.07	L. 28.67	L. 172.02
1 Rotulo de señal de ISO 30 x 20 pulgadas.	L. 480.00	L. 57.60	L. 537.60	L. 537.60
1 Rotulo de cafetería de 16 x 5 pulgadas.	L. 64.00	L. 7.68	L. 71.68	L. 71.68
2 Rótulos de baño 1 de hombres y 1 de mujeres de 15 x17 pulgadas.	L. 204.00	L. 24.48	L. 228.48	L. 456.96
INVERSION TOTAL				L. 3,127.46

Tabla 2 Presupuesto requerido para la señalética

También se realizó un cuadro de presupuesto de inversión tentativo para la compra de los productos con los que se realizará la mini campaña publicitaria del manual, según precios en línea de la empresa expresión digital, distribuidora de éstos.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PRODUCTOS A COMPRAR PARA SU REALIZACIÓN.	VALORES TOTALES
Valor total de horas trabajadas por el Diseñador en las actividades del manual	L. 6,791.39
Valor total de los productos comprados para realizar la señalética.	L. 3,127.46
INVERSION TOTAL	L. 9,918.85

Tabla 3 Presupuesto requerido para compra de productos

3.5.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Dentro de la metodología de Ambrose y Harris la ultima fase 7: Aprendizaje, establece que los criterios establecidos para medir la calidad de producto propuesto gracias a la retroalimentación con el cliente.

se seleccionaron basándose en la funcionalidad que tendrá. El siguiente cuadro muestra los indicadores que se utilizarán para cumplir con la calidad esperada del producto.

INDICADORES DE EVALUACION MANUAL DE RETORNO SEGURO PARA QUE EL PULPO NO SE ENFERME, PARA LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MULLENLOWE					
No.	INDICADORES A EVALUAR	SI	NO	PARCIAL	OBSERVACIONES
1	El Manual una retorno seguro para que el pulpo no se enferme, para la agencia de Publicidad MullenLowe, está desarrollado de manera que ayude a los empleados de la agencia, a facilitar su retorno al área laboral físico.				
2	El contenido del manual, esta diseñado de manera atractiva y comprensible para el lector.				
3	La propuesta del manual cumple con los objetivos establecidos por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para prevenir el contagio de COVID19.				

Tabla 4 Tabla de indicadores de evaluación

**CA
PÍ
TU
LO IV**

**Conclusiones,
Recomendaciones
y Reflexiones**

Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones

4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional

- 4.1.1 Durante el tiempo en que el estudiante efectuó la práctica profesional, logró aumentar, los conocimientos adquiridos durante la carrera de diseño gráfico realizada en UNITEC, cumplió con las asignaciones solicitadas y obtuvo experiencia laboral en un ambiente profesional.
- 4.1.2 Desarrolló piezas gráficas, cumpliendo las especificaciones de las ordenes de trabajo, para garantizar la calidad exigida por los clientes.
- 4.1.3 Valido los artes finales corrigiendo dimensiones, errores ortográficos, uso incorrecto de la identidad corporativa, para publicarla donde corresponda.
- 4.1.4 Desarrolló para la agencia Publicidad Comercial MullenLowe, un manual con indicaciones para el retorno al área laboral que se adapta a la línea gráfica ya establecida en la empresa.

4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica

En la Práctica Profesional realizada en la agencia de Publicidad Comercial MullenLowe, al ejecutar las actividades asignadas por esta antes indicadas, particularmente las que se refieren a Post, adquirió experiencia en el manejo de nuevas herramientas digitales como lo es la herramienta de Adobe Photoshop usada para estos trabajos que realiza la agencia, lo cual para el practicante fue un giro de 180 grados, ya que este estaba acostumbrado a realizar trabajos de esta clase en Adobe

Ilustrador, sin embargo, transcurrido el tiempo se ha adquirido una mayor experiencia usando únicamente ese programa lo cual aumenta el manejo de más herramientas digitales para su futuro profesional.

El ambiente laboral es muy profesional y los compañeros están dispuestos a colaborar entre sí en caso de ser necesario.

4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros

Practicantes

- 4.3.1 A la Agencia solicitarles que para la asignación de trabajos a los futuros practicantes, integrarlos más a las actividades del día a día de tal modo que alcancen más rápidamente sus horas de práctica.
- 4.3.2 Durante el proceso de práctica La Universidad Tecnológica Centroamericana apoyo al estudiante en todo lo que se necesitó desde la redacción del informe hasta el desarrollo por lo que no hay recomendaciones que ofrecer.
- 4.3.3 A los futuros practicantes, tener claro que la búsqueda de una propuesta de mejora es fundamental en las primeras semanas de la práctica porque así tendrán más tiempo para desarrollarla.

**BI
BLIO
GRA
FÍA**

Bibliografía

Gavin Ambrose, P. H. (2010). *Metodología del Diseño Ambrose-Harris*.

Grupo Cibernos. (s. f.). *10 desventajas del teletrabajo y cómo evitarlas*. Recuperado 19 de octubre de 2022, de <https://www.grupocibernos.com/blog/10-desventajas-del-teletrabajo-y-como-evitarlas>

Historia. (s. f.-a). Publicidad Comercial MullenLowe - Guatemala. Recuperado 30 de julio de 2022, de <https://www.pcomercial.com.gt/quienes-somos/historia/>

Historia. (s. f.-b). Publicidad Comercial MullenLowe - Guatemala. Recuperado 30 de julio de 2022, de <https://www.pcomercial.com.gt/quienes-somos/historia/>

La Gaceta. (2020, mayo 17). *Decreto Ejecutivo No. PCM-045-2020*.

MullenLowe España. (20d. C.). *Mas allá del COVID un futuro incierto*.

https://www.latinspots.com/files/Institucional_LatinSpots/BeyondCovid_LOLAMullenlowe.pdf

NOSOTROS. (s. f.). Publicidad Comercial MullenLowe - Honduras. Recuperado 30 de julio de 2022, de <http://www.pcomercial.com.hn/nosotros/>

OIT. (2020). *Herramienta de 10 pasos para un retorno al trabajo seguro y saludable en tiempos de COVID-19.*

OMS. (2005). *Manual de Bioseguridad en el Laboratorio.*

Publicidad comercial celebra 60 años con una galería creativa. (s. f.). Revista Agenda.

Recuperado 30 de julio de 2022, de

<https://www.revistaagenda.net/blog/publicidad-comercial-celebra-60-anos-con-una-galeria-creativa/>

Secretaria del Trabajo y Seguridad Social. (2020). *Manual de Bioseguridad por Motivo de la Pandemia COVID-19 para centro de TRabajo.*

SOFOFA. (2020). *Lineamientos generales para retorno al trabajo presencia en la empresa.*

USAID. (2020). *Manual de Normas Básicas Bioseguridad.*

Verdeza. (2020, agosto 13). *¿Por qué son tan importantes los protocolos contra el COVID-19?* | Verdeza. <https://verdeza.com/2020/08/13/por-que-son-tan-importantes-los-protocolos-contra-el-covid-19/>



GLO

SA

RIO



Glosario

1. **Briefing:** Se conoce como briefing a un documento informativo que brinda datos de utilidad para el desarrollo de una acción. Se trata de un anglicismo que no es aceptado por la Real Academia Española (RAE) en su diccionario, aunque se emplea con frecuencia en diversos contextos.
2. **Capas:** En programas de diseño gráfico, cada uno de los grupos de elementos que comparten un mismo nivel virtual en la estructura de un archivo.
3. **Campo de Información:** espacio para el almacenamiento de un dato en particular. Los campos suelen tener asociados un tipo de dato que permiten almacenar, es decir, si el campo debe ser un número entero, una fecha, un texto, etc. El tipo de dato permite determinar el tamaño del campo, que puede ser fijo o variable.
4. **Carrusel:** es un formato de publicación de esta red social, donde se pueden compartir hasta 10 imágenes al mismo tiempo. La primera imagen cargada o indicada como la número 1 será la que aparece en el feed. Este tipo de publicación tiene la opción de agregar texto, emojis, ubicación, hashtags y etiquetas.
5. **CIDSTA:** Centro de Desarrollo de Investigación en Salud, Trabajo y Ambiente.

6. **Composición:** Del latín compositio, composición es la acción y efecto de componer (juntar varias cosas y colocarlas en orden para formar una; constituir algo). Una composición puede ser una obra artística (literaria, musical, etc.) o científica.
7. **Copy:** Es el texto que escribimos para comunicar nuestra propuesta de valor, ya sea en una página web, una pieza publicitaria en cualquier soporte físico o digital, campañas en redes sociales como Instagram o Facebook, campañas de anuncios, vídeo, etc. El término **Copy** es un acortamiento de la palabra Copywriting, que define al conjunto de técnicas de escritura orientadas a generar textos que ayudan a vender y convertir mediante una redacción eficaz y persuasiva.
8. **Creative Thinking:** es una manera de pensar que permite focalizarse en explorar ideas, generar posibilidades, buscar entre varias respuestas para un problema.
9. **Diagramación:** es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.
10. **Desplegable:** el formato por secuencia te permite mostrar dos o más imágenes o videos en un mismo anuncio, cada uno con su propio título, descripción, enlace y

llamada a la acción. Puedes crear un anuncio por secuencia desde [tu página de Facebook](#) o desde el administrador de anuncios.

11. **Diseño:** Del italiano disegno, la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.
12. **Dibujo Vectorial:** El dibujo vectorial es un término que describe cualquier dibujo realizado con un software de ilustración vectorial como Adobe Illustrator.
13. **Empaquetado:** Empaquetar lo que va a hacer es analizar el contenido de mi archivo de Illustrator y colocar en una carpeta todos los archivos necesarios para que ese documento se represente, sin ningún tipo de problema en cualquier otro ordenador.
14. **Feedback:** es una palabra del inglés que significa retroalimentación; podemos utilizarla como sinónimo de respuesta o reacción, o, desde un punto de vista más técnico, para referirnos a un método de control de sistemas.
15. **Gráfico:** El concepto proviene del latín graphicus, aunque tiene origen griego. Cuando se aplica a una descripción, una operación o una demostración, se trata de aquello que se representa a través de figuras o signos.

16. **ICOM:** es un software y sistema. ICOM es una red disponible en www.pcomercial.com, a través de la que cada cliente tendrá a su alcance, de manera ordenada y sistemática, sus documentos, bocetos, videos, audios, piezas publicitarias o cualquier tipo de archivo. Otra de las ventajas de la red interactiva es que permite crear un historial detallado de los trabajos creados.

17. **Icono:** Se trata del **signo que, a través de una relación de semejanza, puede representar un cierto objeto**. En el diseño suelen ser una parte importante de cualquier interfaz.

18. **Illustrator:** Es un programa editor de gráficos vectoriales, o en otras palabras es un software que permite la creación y modificación de archivos de tipo vector los cuales son exportados en diversos formatos de imágenes u otro tipo de archivos para su posterior uso virtual o físico, con gran uso a nivel mundial, muchas personas consideran que es el programa más usado para trabajos de diseño gráfico.

19. **Infeción:** (del latín infectio) es la acción y efecto de infectar o infectarse. Este concepto clínico se refiere a la colonización de un organismo por parte de especies exteriores. Dichas especies colonizadoras resultan perjudiciales para el funcionamiento normal del organismo huésped.

20. **Manual:** Un manual es un libro o folleto en el cual se recogen los aspectos básicos, esenciales de una materia.
21. **Layout:** sirve para hacer referencia a la manera en que están distribuidos los elementos y las formas dentro de un diseño.
22. **Leyes de Gestalt:** Es una corriente que se basa en el estudio de la percepción dónde el individuo clasifica sus percepciones como un todo y no únicamente como la suma de las partes.
23. **Mosaicos:** también conocido como rompecabezas y grid layout, es una de las tendencias de Instagram que ayuda a personalizar el feed de varias marcas y de creadores de contenido como si fuese un collage de fotos, pero con un efecto de grilla que divide una imagen en varias partes o cuadrículas según la cantidad deseada por el usuario.
24. **OIT:** Organización Internacional del Trabajo
25. **OMS:** Organización Mundial de la Salud
26. **Pandemia:** El término pandemia proviene de un vocablo griego que significa “reunión del pueblo” y cuya significación ha sido extendida como “enfermedad de

todo el pueblo”. Se trata de una enfermedad epidémica que afecta a diversos países y que ataca a casi todas las personas de una región geográfica.

27. **Pieza Madre o Key Visual:** es una pieza gráfica madre que se utiliza como plantilla genérica para todas las piezas de una misma campaña. Si hacemos una campaña 360, donde vamos a tener medios masivos y digitales, nos va a ser más útil tener un Key Visual para que la campaña tenga una misma unidad.
28. **Post:** En español se conoce como publicación. Son las notas o mensajes de texto que se publican en una web social (blog, Facebook, página web...) y que pueden ir acompañados por una imagen, un vídeo, o cualquier tipo de enlace web.
29. **Photoshop:** es el nombre popular de un programa informático de edición de imágenes. Su nombre completo es Adobe Photoshop y está desarrollado por la empresa Adobe Systems Incorporated. Funciona en los sistemas operativos Apple Macintosh y Windows.
30. **Propagación:** Del latín propagatĭo, es la acción y efecto de propagar. Este verbo refiere a hacer que algo llegue a distintos sitios de aquel en que se produce; a extender o dilatar algo; o a multiplicar algo por generación u otras vías de reproducción.

31. **R.T.N:** Se refiere al Registro Tributario Nacional Numérico, un documento que sirve para realizar trámites tributarios y es un requisito para transacciones económicas, además es importante a la hora de solicitar empleo, por lo que expertos recomiendan que cada hondureño debe tramitarlo. Algunos de los trámites comerciales más comunes por el que los hondureños deben de tener su carné de **RTN** son las **solicitudes de préstamos y financiar algún artículo**, ya que algunas casas comerciales lo solicitan como requisito.

32. **S.A. de C.V.:** es un tipo de sociedad mercantil, el significado de sus siglas es Sociedad Anónima de Capital Variable, la cual tiene como objetivo definir las características y organización de una empres.

33. **Stories:** historias de Instagram son contenidos audiovisuales de esta plataforma que, a diferencia de las publicaciones normales, son volátiles, es decir, tienen una duración determinada y, tras ese período, desaparecen.

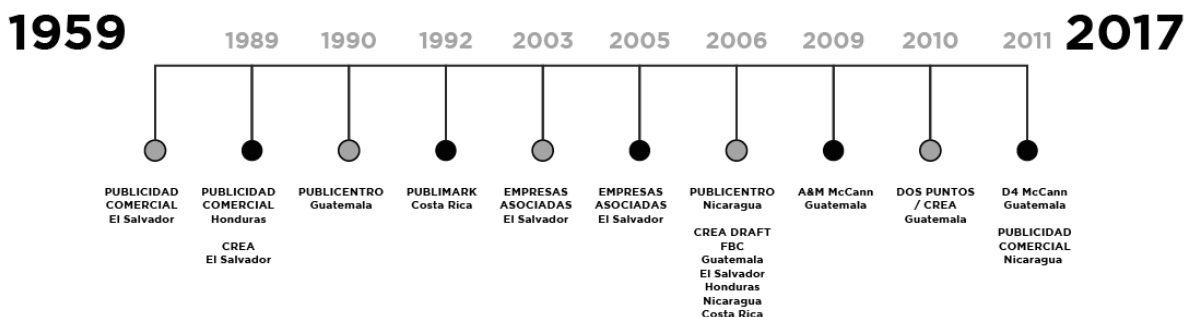
34. **Señalética:** es una disciplina centrada en el estudio y análisis de técnicas comunicativas dirigidas a la creación de señales o sistemas de comunicación a través de imágenes.

—
A
NE
XOS
—

Anexos

Anexo 1: Nuestra Historia

Línea de Tiempo apertura de Sucursales a nivel Centroamericano de Publicidad Comercial.



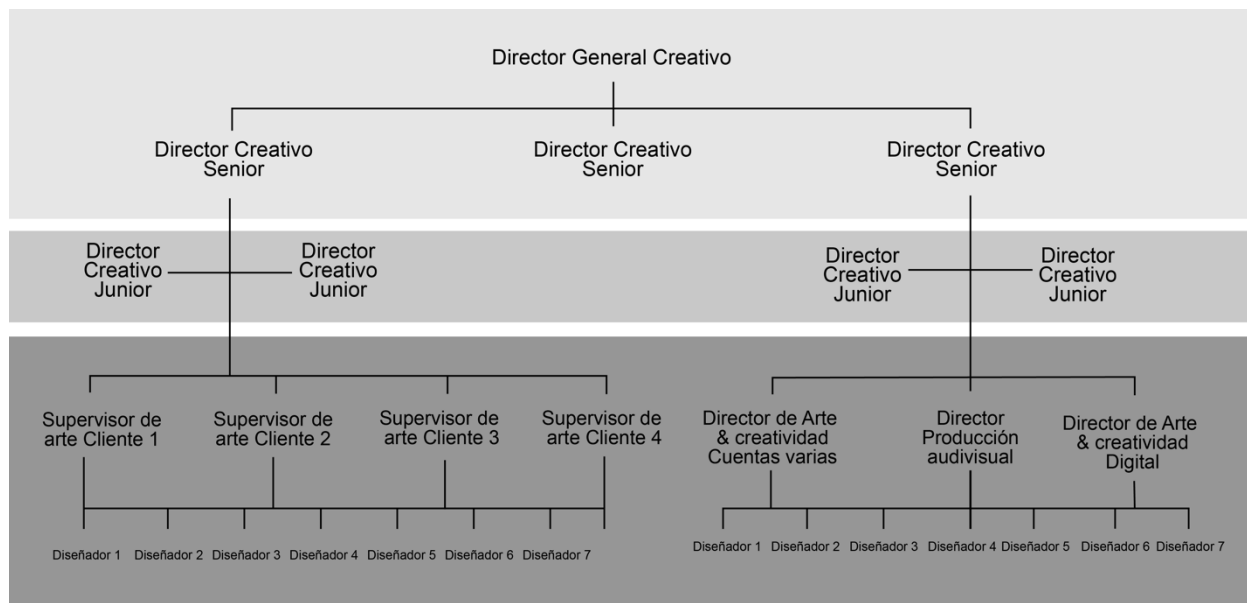
Anexo 2: Servicios

Infografía de los servicios prestados por cada una de las empresas que integran el grupo de MullenLowe










Anexo 3:

Se presenta a continuación el organigrama de Publicidad Comercial MullenLowe



Anexo 4. Ficha Icom

 File Exchange Network
Bienvenido, Felipe Martínez  [Salir](#)

 Guardar
 Notificaciones
 Comentarios
 Tráfico
 Rechazar

[Ver datos de solicitud de trabajo +](#)
[Captura de Pantalla 2022-08-05 a la\(s\) 4.44.34 p. m.](#)
[Captura de Pantalla 2022-08-05 a la\(s\) 4.49.23 p. m.](#)

UNITC-22-00773/001

Anexo:	001		
Trabajo a realizar:	DI - Arte para landing Referidos - agosto 2022	Fecha solicitada:	8/8/2022 7:00:00 PM
Responsable:	Felipe Martinez	Fecha Negociada:	8/8/2022 7:00:00 PM
Área:	DIGITAL CREATIVIDAD	Cantidad Piezas:	1
Categoría ICOM:	Diseño	Palabra claves para ICOM:	DI - Arte para landing Referidos - agosto 2022
Cuenta ICOM:	CEUTEC	Medida:	1920*1080 px
Generó orden:	Ana Milena Dubon Zuniga	Duración:	N/A
Marca/producto:	CEUTEC / CEUTEC		

Descripción de trabajo.

Buen día su ayuda porfa asignando a diseño.
 Creo que Alfonso y Naz han trabajado con estos artes para los editables.

En base al KV de la campaña, necesitamos tener un arte para actualizar la landing page de Referidos. La parte del QR, logos y premios considero no debería ir.

Comparto tambien imagen de la landing en si. <https://unitc.edu/referidos/>

Gracias.

Detalle submedios

Medio	Submedio	Detalle

Lista de costeos 0

Formulario para costeo

Horas trabajadas:
 0 : 0
 Horas Minutos

Cantidad de piezas:
 0

Número de cambios:
 0

Cantidad de páginas:

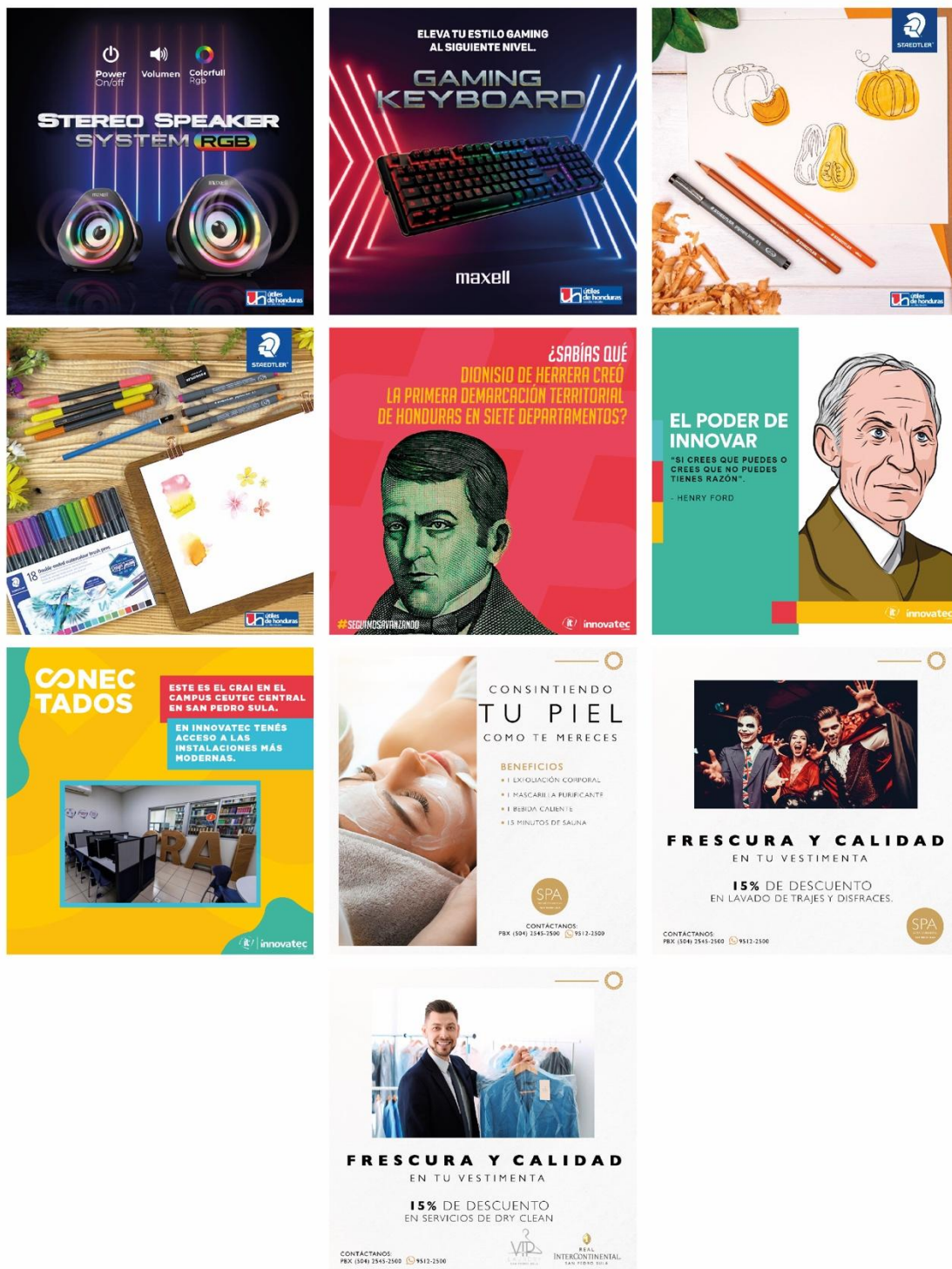
Impresiones	Número
Carta (8.5x11")	0
Tabloide(11x17")	0
Overside(12x18")	0

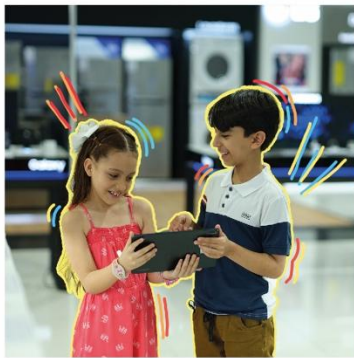
Fotografías	Número
Shutterstock	0
Stock	0
Cliente	0

Categoría
 DigitalCreatividad / Diseño (No requiere v: 0)

Pantalla de datos de solicitud de orden trabajo solicitada al creativo.

Anexo 5. Post para Facebook e Instagram





**12 DE OCTUBRE:
DÍA DE LA RAZA**

FUNDACION NASSER

**5 DE OCTUBRE
DÍA MUNDIAL
DE LOS DOCENTES.**

FUNDACION NASSER



PUEDEN ENCONTRAR TODOS NUESTROS
PRODUCTOS EN NUESTRA PÁGINA WEB
utilesdehonduras.com

COMPRAS POR WHATSAPP
9513-9729

SERVICIO A DOMICILIO

FUNDACION NASSER

Maped

MODO HALLOWEEN
¡ACTIVADO!

utiles de honduras

Las laptops Vostro cuentan con características de seguridad inteligentes diseñadas para protegerlo a usted y a sus datos.

utiles de honduras

¿QUÉ TANTO SABES DE CORTES?
ENCUENTRA EL NEW YORK STEAK



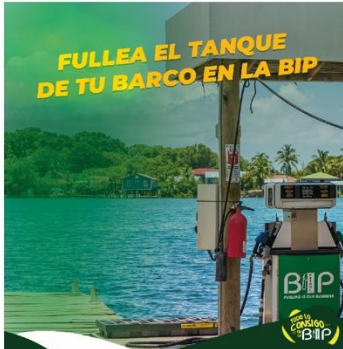
BIP

¡TODO LO
CONSIGO
EN BIP!

BIP ES EMOCIÓN
BIP ES EXPERIENCIA
BIP ES VARIEDAD
BIP ES TODO

BIP

FULLEA EL TANQUE
DE TU BARCO EN LA BIP



BIP

TENEMOS LA DUPLA PERFECTA

A			A
B			B
C			C

BIP

¡LOS SNACKS DE LA TARDE
LOS ENCUENTRAS EN BIP!



BIP

¡BIENVENIDOS A LA
EXPERIENCIA BIP!!



BIP

SERVICIO Y
CALIDAD



BIP

PARTICIPA POR PASES
2X1 AL CINE



cascaidas mall

REGÁLELE UNA GRAN SONRISA
A TU PEQUEÑO EN
HAPPY SEA



BIP

ENCUENTRA TODO
PARA PONERTE AÚN MÁS
BELLA

Sofia's Beauty



BIP



BIP

BLESSINGS



BIP

CELEBRAMOS CON PATRIOTISMO NUESTRO DÍA DE LA INDEPENDENCIA

FUNDACIÓN NASSER

¿CÓMO FUNCIONA EL BACHILLERATO ACCELERADO DE INNOVATEC?

Es la educación media a través de un Bachillerato en Ciencias y Humanidades. Tiene una duración de 1 año. Específico para mayores de 18 años con noveno grado aprobado. Está creado para quienes estudian y trabajan.

SEGUIMOS AVANZANDO innovatec

EL PODER DE INNOVAR

¿QUERES MEJORAR TU LETRA?

- PRACTICA LAS FORMAS BÁSICAS DE LAS LETRAS Y CON PLANTILLAS.
- BUSCA Y HACÉ EJERCICIOS DE ESCRITURA.
- TOMATE TU TIEMPO AL ESCRIBIR.

innovatec

CONECTADOS

INNOVATEC TIENE EL RESPALDO DE UNITEC ¿QUÉ SIGNIFICA ESO?

- INNOVATEC PERTENECE A UNITEC
- RECIBÍS CLASES EN CEUTEC
- TENÉS ACCESO A BENEFICIOS
- CON ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN
- ESTÁ PENSADO Y DISEÑADO PARA VOS

innovatec

EL PODER DE INNOVAR

DICEN QUE LA PRÁCTICA HACE AL MAESTRO...

ES IGUAL CON TU CARRERA: EL ESTUDIO HACE AL PROFESIONAL.

innovatec

COMENTÁ ESO QUE SIEMPRE PODÉS ENCONTRAR EN TU MOCHILA

EL PODER DE HACER LA DIFERENCIA

ceutec

Dentro de la cabeza de un estudiante de CEUTEC

Tendré una carrera exitosa. Este sábado veré a mis amigos. Se acerca el cumpleaños de mi mamá. Me reuniré con mi grupo de clase. Quiero un súper trabajo. Ya casi me gradúo. Tengo examen la otra semana.

EL PODER DE HACER la diferencia

ceutec

¡EXAMEN SORPRESA DE HISTORIA! HOY CELEBRAMOS LA FUNDACIÓN DE TEGUCIGALPA, ¿SABÉS EN QUE AÑO SE FUNDÓ?

Examen

- 1.) 1578
- 2.) 1494
- 3.) 1758

EL PODER DE HACER LA DIFERENCIA

ceutec

MANTENÉ TU MENTE ACTIVA

Planificá todo lo que tenés que hacer. Mantén tu mente activa. Escuchá conferencias y charlas. Escaneá y exportá documentos. Tomá notas, apuntes y más.

MÁS DIGITAL que nunca

ceutec

EL MEJOR COMBUSTIBLE ES DE LA BIP.

COMBUSTIBLE BIP

AT BIP WE ARE READY FOR THE UTILA SPORTFISHING TOURNAMENT

COMBUSTIBLE BIP

SOMOS COMPROMISO, CALIDAD Y EL MEJOR SERVICIO.

COMBUSTIBLE BIP

ENCONTRAMOS
A NUESTRO
**TALENTO
CEUTEC**
¡FELICIDADES
A LOS GANADORES!

COM **BIPGAS**
TIENES CALIDAD

BIPGAS
El gas que TE DA MÁS

**CUANDO PIENSES EN
COMBUSTIBLE PIENSA EN BIP**

¡Solo con BIP!

**¡SOMO LA ENERGÍA IDEAL
PARA TU BARCO!**

¡Solo con BIP!

**VISITA NUESTRA
ESTACIÓN MARINA
BIP JONES VILLE**

¡Solo con BIP!

LA CAJA DE EISENHOWER

	URGENTE	NO URGENTE
IMPORTANTE	HAZ Hace hacelo ahora Escribe un artículo	DECIDÍ Programa tiempo para hacerlo Llamar a familiares y amigos Analizar escritos
NO IMPORTANTE	DELEGA ¿Quién puede hacerlo por vos? Programar la entrevista Reservar vuelo Responder algunos correos Compartir información	DORRA Elimina Ver televisión Revisar redes sociales Organizar correo no deseado

NOW I KNOW

**¿ALGUIEN QUIERE GASOLINA
GRATIS?**

cascadas mall

Eduardo Cruz

¡UNO DE NUESTROS
GRANDES SE VA A
ROMPERLA A CANADÁ!

FELICIDADES A EDUARDO
CRUZ POR ESTE GRAN
LOGRO.

Université **de Montréal**

SPA DAY
\$69 +ISV

- ACCESO A LA PISCINA
- ACCESO AL GYM
- SAUNA
- 1 PASEO RELAJANTE DE 30 MINUTOS
- 10% DE DESCUENTO EN CENTRO DE COCINA
- 10% DE DESCUENTO EN SERVICIOS DE SPA

**HORARIO DE
8:00 AM - 4:00 PM**

RESERVA TU CITA A TRAVÉS DE GOOGLE MAPS
EN SPA INTERCONTINENTAL SAN PEDRO SULA
[HTTPS://BIT.LY/15P3MAA](https://bit.ly/15P3MAA)

O CONTACTANOS:
PAX (504) 234-2308 | 504-234-2309

AVIS

CONDUCE EL ESTILO QUE MÁS TE GUSTE

AVIS

**RENUOVA TU FLOTA EMPRESARIAL
CON NOSOTROS**

AVIS

READY PARA LA SEMANA MORAZÁNICA

DÍA DE LA BANDERA NACIONAL DE HONDURAS

HONDURAS

LO TOP

5 RECOMENDACIONES DE LECTURA POR: BARACK OBAMA

- SEA OF TRANQUILITY
Emily St John Mandel
- WHY WE'RE POLARIZED
Ezra Klein
- THE CANDY HOUSE
Jessie Egan
- A LITTLE DEVIL IN AMERICA:
IN PRAISE OF BLACK PERFORMANCE
Hanif Abdurca
- TO PARADISE
Hanya Yanagihara

LO TOP

REFLEXIONES DE MITAD DE AÑO, ¿QUÉ RETOS SUPERASTE?

NOW I KNOW

DÍA DE LAS MUJERES INDÍGENAS

LO TOP

DÍA INTERNACIONAL DE LA ALFABETIZACIÓN

LO TOP

LA CAJA DE EISENHOWER

	URGENTE	NO URGENTE
IMPORTANTE	HAZ Hazlo ahora Escribe un artículo	DECIDI Programa tiempo para hacerlo Llamar a familiares y amigos Analizar escritos
NO IMPORTANTE	DELEGA ¿Quién puede hacerlo por vos? Programar la entrevista Reservar vuelo Responder algunos correos Comparar información	DORRA Eliminalo Ver televisión Revisar redes sociales Organizar correo no deseado

NOW I KNOW

¿ALGUIEN QUIERE GASOLINA GRATIS?

cascadas mall

Eduardo Cruz

¡UNO DE NUESTROS GRANDES SE VA A ROMPERLA A CANADÁ!

FELICIDADES A EDUARDO CRUZ POR ESTE GRAN LOGRO.

Université de Montréal

TALENTO CEUTEC

¡ES HORA DE VOTAR POR TU FAVORITO!

1. ENTRÁ A NUESTRAS HISTORIAS
2. MIRÁ A LOS PARTICIPANTES Y
3. VOTÁ POR TUS FAVORITOS.

ceutec

TALENTO CEUTEC

¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!

Conviértete en una de las caras de CEUTEC.
Envía tus datos a: leonor.ortega@unitec.edu.hn

ceutec

TALENTO CEUTEC

¡INSCRIBITE AHORA!

Envía los siguientes datos al correo leonor.ortega@unitec.edu.hn

- 1.- NOMBRE COMPLETO
- 2.- CARRERA Y NÚMERO DE CUENTA
- 3.- USUARIO DE INSTAGRAM
- 4.- CIUDAD DONDE ESTUDIÁS

ceutec

TALENTO CEUTEC

¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!

Motiva a tus estudiantes a que se conviertan en una de las caras de CEUTEC.

PODRÁN VOLVERSE FAVORITOS DENTRO DE LA COMUNIDAD DE CEUTEC, RECIBIRÁN HORAS DE VINCULACIÓN/PUNTOS EXTRA Y LES DA LA OPORTUNIDAD DE LIBERAR SU CREATIVIDAD Y DIVERTIRSE

ceutec

CUANDO TIENES CLARO QUIENES SON
LOS EXPERTOS EN MECÁNICA RÁPIDA

CON EL RESPALDO DE **Q70**

MANOS A LA OBRA
CON LOS SERVICIOS DE
ALINEAMIENTO Y BALANCEO

MANOS A LA OBRA
AUTOPARTES

CON EL RESPALDO DE **Q70**

Vida sana con tu piscina Intex
#TOBEHEALTHY

30% DE DESCUENTO

JNP

Tu área social será tu espacio de relajación
#TOBEHEALTHY

15% DE DESCUENTO

JNP

#TOBEHEALTHY

Visítanos en Tegucigalpa
Col. El Prado, Frente al paso a desnivel

JNP

Dale un nuevo color a tu piscina
#TOBEHEALTHY

JNP

Diversión y bienestar infinito
#TOBEHEALTHY

30% DE DESCUENTO

JNP

CUANDO MIS AMIGOS ME DICEN QUE VAYAMOS A LA PLAYA PERO NO ES UTILA. AUTOMÁTICAMENTE YO:

¡IMERECE'S UTILA!

UTILA DREAM

ACTIVÁ EL MODO "NO MOLESTAR" PORQUE EL VERANO EN UTILA, HONDURAS VAS A DISFRUTAR

NO MOLESTAR

¡IMERECE'S UTILA!

UTILA DREAM

¿QUERÉS VISITAR OTRO PAÍS Y ENAMORARTE EN UN DOS POR TRES?

UTILA, HONDURAS

¡UN PARAÍSO QUE TE SORPRENDERÁ!

¡IMERECE'S UTILA!

UTILA DREAM

EL PODER DE INNOVAR

¿QUÉ ES LO QUE TE HACE FELIZ? DÍA MUNDIAL DE LA ALEGRÍA

innovatec

EL PODER DE INNOVAR

DICEN QUE TODOS LOS DÍAS SE APRENDE ALGO NUEVO ¿CREEES QUE ES CIERTO?

innovatec

Anexo 6. Histories

¿ADIVINA DE CUAL DE NUESTRAS ACTIVIDADES SE TRATA?

¿SABÍAS QUÉ?

FUNDACIÓN NASSER ADMINISTRA 3 CENTROS PREBÁSICOS, DOS DE ELLOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DE VALLE Y EL TERCERO EN LA ALDEA EL HATILLO, FRANCISCO MORAZÁN.

GRADUANDO ANUALMENTE A MÁS DE 40 NIÑOS Y NIÑAS PARTICIPANTES DEL PROGRAMA.

ADIVINA CUÁL DE NUESTROS PROGRAMAS ES ESTE:

A. VIVIENDA DIGNA
B. CENTRO DE SALUD AMAPALA
C. PROGRAMA DEPORTIVO

ESTE ES NUESTRO PROGRAMA VIVIENDA DIGNA.

DESDE HACE VARIOS AÑOS FUNDACIÓN NASSER HA ESTADO COMPROMETIDA CON LOS PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN Y MEJORAMIENTO DE VIVIENDA

MEDIANTE EL CUAL BRINDAMOS ANUALMENTE 5 VIVIENDAS DIGNAS PARA FAMILIAS DE LA ZONA CENTRO Y SUR DEL PAÍS.

CONECTADOS

DÍA INTERNACIONAL DEL DERECHO DE ACCESO UNIVERSAL A LA INFORMACIÓN
¡CELEBRÁ TU DERECHO A LA INFORMACIÓN!
LO QUE TE PERMITE ESTUDIAR Y CUMPLIR TUS METAS

CONECTADOS

¡HACÉ TAP Y GRADUÁ A ERICA!

CONECTADOS

1 TAP REPRESENTA 1 AÑO DE ESTUDIO.

CONECTADOS

¡HACÉ TAP Y GRADUÁ A SEBASTIÁN!

CONECTADOS

1 TAP REPRESENTA 1 AÑO DE ESTUDIO.

FUNDACIÓN NASSER

innovatec

Scotch

Para las tareas generales...
¡Y las de los niños!

Usa Masking Tape Scotch®

Utilidades de Honduras

Scotch

FORMAS PLANCHAS DE CONSTRUCCIÓN

Sujeta, agrupa y etiqueta objetos.

VARIOS VARIOS

Utilidades de Honduras

Scotch

- ✓ Fuerte adhesivo
- ✓ Remueve sin residuos hasta por 3 días
- ✓ Calidad profesional

Masking Tape Scotch®

Utilidades de Honduras

EL PODER
sas vos

¿Qué carrera lleva esta clase?

ceutec

EL PODER DE *Desarrollarnos*

DATE UN TIEMPO DE CONOCER BIEN TU UNIVERSIDAD

EL PODER
sas vos

¿Sabés qué hace en realidad un psicólogo?

EL PODER
sas vos

Nos ayudan a aprender a enfrentar con efectividad los problemas de la vida y de salud mental.

EL PODER
sas vos

¿Qué tanto sabés de psicología?

¡Feliz Día Mundial del Psicólogo!



- Son bilingües
- Saben vender y hablar con las personas

¿Qué carrera les recomendarías a estos dos amigos?

EL PODER DE HACER
la diferencia

¡Feliz Día Internacional de los y las Docentes!
Dedícale un aplauso a tus profesores.



CONECTADOS

INNOVATEC ES:

- EDUCACIÓN DE CALIDAD
- INSTALACIONES MODERNAS
- TECNOLOGÍA AVANZADA
- BENEFICIOS AL ESTUDIAR Y GRADUARTE


innovatec

¿CUÁL ES TU ACTIVIDAD FAVORITA DEL MES PATRIO?

- DESFILE
- IZADO DE BANDERA
- FERIAS LOCALES
- DANZA FOLKLÓRICA



INICIALMENTE TUVO EL NOMBRE DE FUNDACIÓN ANTONIO E. NASSER PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y EDUCATIVO CON PROGRAMA DE BECAS DE EXCELENCIA ACADÉMICA EN 1998.



¿EN QUÉ AÑO SE CREÓ FUNDACIÓN NASSER?




¡ADIVINA LA RESPUESTA



EL PODER sas bás



Estudiá la Licenciatura en Administración de la Hospitalidad y el Turismo



¿Actividades para el fin de semana?

Relajarme


Ver una película


Escuchar la Voz del Jaguar



Este año cumplimos 35 años y queremos invitarlos a visitar nuestra galería de recuerdos!


<https://unitec.edu/35-aniversario/>

NOW | KNOW




¿Qué es lo que más te interesaría aprender?



- Conoce bien la fisiología del cuerpo
- Le gusta ayudar a los demás
- Sueña estar en el equipo médico de un equipo deportivo

¿Cuál es la mejor carrera para Danna?



¿Qué es lo que más te interesaría aprender?



¡Feliz Día Mundial del Turismo!



EL PODER sas bás



¿Sabés que vos podés contribuir al sector turismo en Honduras?



¿CUÁL ES EL MEJOR CONSEJO QUE TE HAN DADO?

Estudá lo que te apasiona


Prepara a cliente


No dejes todo para el último minuto




EL PODER sas bás

¿Serías capaz de asistir en una operación?



¡Feliz Día del Instrumentador Quirúrgico!



EN EL 2012 SE REALIZÓ EL PROYECTO FUNDAZOO PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CENTRO DE CONSERVACIÓN Y ZOOLOGICO ROSY WALTHER.



¿EN QUÉ AÑO SE INICIO EL PROYECTO FUNDAZOO?




SOMOS SEGURIDAD

SOMOS CONFIANZA

SOMOS BIPGAS
¡DE TODOS Y PARA TODOS!

Eduardo Cruz

¡UNO DE NUESTROS GRANDES SE VA A ROMPERLA A CANADÁ!

FELICIDADES A EDUARDO CRUZ POR ESTE GRAN LOGRO.

Université de Montréal

PARTICIPA POR PASES 2X1 AL CINE

cascadas mall

REGRESO

cascadas mall

¡Feliz Día del Fisioterapeuta!

Hacé TAP y descubrí un poco más sobre esta carrera

EL PODER de vos

¿Cuál es la mejor carrera para Marcelo?

- ✓ Es súper ordenado.
- ✓ Un líder nato.
- ✓ Tiene un pensamiento lógico.

TALENTO CEUTEC

¡INSCRIBITE AHORA!

- 1- NOMBRE COMPLETO
- 2- CARRERA Y NÚMERO DE CUENTA
- 3- USUARIO DE INSTAGRAM
- 4- CIUDAD DONDE ESTUDIAS

ceutec

BIPGAS
EL GAS DE ISLA, EL QUE TE DA MÁS

¡REFILEA TU CHIMBO CUANDO DESEES!

BIPGAS
El gas que TE DA MÁS

EL PODER DE HACER la diferencia

¡Feliz Día Internacional del Periodista!

Si esta es la carrera para vos, mirá más aquí

EL PODER DE HACER la diferencia

¿Sabías que hoy es el Día Internacional del Periodista?

Hoy me entero

Claro que sí

Tienen los conocimientos para mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad temporal o permanente.

Son capaces de prevenir enfermedades que generan algún grado de discapacidad.



JONY IGLESIAS

PRESENTADOR



EN LA JUGADA

COLOCA

@AnnyIglesiasPal

tigo SPORTS

LUIS LEVY

PRESENTADOR



LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

@LuisLevy09

tigo SPORTS

MATÍAS COLOCA

PRESENTADOR Y COMENTARISTA



LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

@MatyColoca

tigo SPORTS

MAURICIO PORTILLO

PRESENTADOR, NARRADOR Y COMENTARISTA




LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

tigo SPORTS

ROBERTO MORENO "ROCKY"

PRESENTADOR



EN LA JUGADA

PERFILES

@RockyAlire

tigo SPORTS

RICARDO TORRES

NARRADOR Y COMENTARISTA



LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

@Ricardotorresh @fantasiefutbol

tigo SPORTS

PAOLA SOSA

PRESENTADORA



LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

@Paola_28

tigo SPORTS

OCTAVIO LEMUS

COMENTARISTA



LIGA FAVORITA

LIBERTADORES SUDAMERICANA

@octaviolemus @octaviolemus1n

tigo SPORTS

KARLA LÓPEZ

REPORTERA EN CANCHA



FANATA

@Kamelaki

tigo SPORTS

ALBA DELGADO

PRESENTADORA




FOLLOWERS

@AlbaDelgadoTV

tigo SPORTS

YANUARIO PAZ

NARRADOR Y COMENTARISTA



LIGA FAVORITA

@YanuarioPaz

tigo SPORTS

SOFÍA OSEGUEDA

PRESENTADORA




AGENDA

@SofiaOseguedaTV


tigo SPORTS

TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

INICIO DEL PARTIDO



¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!



TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

MEDIO TIEMPO




¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!




TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

FINAL DEL PARTIDO




¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!




TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

INICIO DEL PARTIDO



¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!



TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

MEDIO TIEMPO



¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!



TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

FINAL DEL PARTIDO



¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!



TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA

JORNADA 3

		R. SOCIEDAD VS R. ESPAÑA MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:00 P.M.
		H. PROGRESO VS OLANCHITO FC MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:15 P.M.
		VICTORIA VS UPNFM MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:15 P.M.

¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!



TU LIGA FAVORITA **LA GRANDE** con TU PASIÓN

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA


JORNADA 3

		R. SOCIEDAD VS R. ESPAÑA MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 5:00 P.M.
		H. PROGRESO VS OLANCHITO FC MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:00 P.M.
		VICTORIA VS UPNFM MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:00 P.M.


¡DESCARGA LA TIGO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!




ALEJANDRO MEJICANOS



PRESENTADOR




@AleMejicanos14




ALVARO "PALO" CORNEJO



PRESENTADOR



@PaloCornejo10



ÓSCAR FUNES "EL CHACO"



COMENTARISTA Y REPORTERO EN CANCHA

TU LIGA FAVORITA

@ChacoFunes14



FREDY NUILA



COMENTARISTA Y REPORTERO EN CANCHA

TU LIGA FAVORITA



@fredyemilia @fredy10



Tu área social será tu espacio de relajación
#TOBEHEALTHY

15%
DE DESCUENTO

¡Visítanos y vive tu experiencia en tienda!
#TOBEHEALTHY

JYP
Jardines y Piscinas S.A.

SAMSUNG

Tegucigalpa
Col. El Prado, Frente al Paso a Nivel

San Pedro Sula
Plaza Santa, Colonia Las Mesetas,
15 Calle 17 Ave. 50.

La Ceiba
Barrio Solares Nuevos, 13 Calle entre Ave.
San Isidro y Ave. 14 de Julio

Tela
Barrio San José, Plaza Supermercado
La Colonia, 1 cuadra estación de bomberos

Roatán
Coxen Hole, Mango Tree Center

¡La pintura que cuidará de tu piscinal
¡Fide tu pintura y enamórate de su nuevo look.
#TOBEHEALTHY

LANCO
PINTURA ACILICA PARA PISCINA

¿Qué acabado te gustaría poner en tu piscina?

AZURE

TAHOE BLUE

QUARTZ BLUE

MIAMI BLUE

MOSAICO SEABREEZE

EL PODER DE INNOVAR

RECORDATORIO: RETOMÁ LA LECTURA DEL LIBRO QUE DEJASTE

Para celebrar el Día Internacional de Leer un Libro

innovatec

LIBERTADORES
EN VIVO Y EN EXCLUSIVA

FLAMENGO VS CORINTHIANS

MARTES 9 DE AGOSTO 6:30 P.M.

tiCÓ SPORTS

LIBERTADORES
EN VIVO Y EN EXCLUSIVA

EdeLP VS PARANAENSE

JUEVES 11 DE AGOSTO 6:30 P.M.

tiCÓ SPORTS

TU LIGA FAVORITA **TAN GRANDE, TAN TU PASIÓN**

INICIO DEL PARTIDO

CD VICTORIA
LA CEIBA, HONDURAS

LOBOS
LA CEIBA, HONDURAS

¡DESCARGA LA TIGCO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!

tiCÓ SPORTS

TU LIGA FAVORITA **TAN GRANDE, TAN TU PASIÓN**

MEDIO TIEMPO

CD VICTORIA
LA CEIBA, HONDURAS

LOBOS
LA CEIBA, HONDURAS

¡DESCARGA LA TIGCO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!

tiCÓ SPORTS

TU LIGA FAVORITA **TAN GRANDE, TAN TU PASIÓN**

FINAL DEL PARTIDO

CD VICTORIA
LA CEIBA, HONDURAS

LOBOS
LA CEIBA, HONDURAS

¡DESCARGA LA TIGCO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!

tiCÓ SPORTS

TU LIGA FAVORITA **TAN GRANDE, TAN TU PASIÓN**

INICIO DEL PARTIDO

ESPAÑA

¡DESCARGA LA TIGCO SPORTS APP Y DISFRUTA DE NUEVO EL JUEGO!

tiCÓ SPORTS

¡DÍA DEL SOLDADO HONDUREÑO!
CONMEMORADO EN MEMORIA DE
FRANCISCO MORAZÁN.
CELEBRADO EL 3 DE OCTUBRE
EN UNA CEREMONIA SOLEMNE.



#SEGUIMOSVIVIENDO 

AVIS

AGRÉGANOS A WHATSAPP



Mensaje Agregar contacto

AVIS



CONDUCE EL ESTILO
QUE MÁS TE GUSTE

AVIS

CONOCE TODA NUESTRA FLOTA Y CONSULTA POR TU FAVORITO.



Anexo 7. Desplegables

#TOBEHEALTHY
3 maneras diferentes de relajarse en casa



JNP



Toca aquí
(Sauna)

¿Cómo relajarte en un sauna?

- Hacer pequeños estiras ayuda a bajar el estrés y relajarte.
- Limpieza profunda con exfoliantes de cuerpo y rostro te caerán bien.
- Utilizar Aceites favorecera a tu piel.
- Crea una rutina con masajes.

JNP



Toca aquí
(Piscina)

¿Cómo relajarte en una piscina?

- Tomar el sol en un flotador.
- Hacer ejercicios bajo el agua te ayudara liberar el estrés.
- Te refrescas.
- Estar en familia te relajara.

JNP



Toca aquí
(Spa)

- Incluir rutinas de hidroterapias.
- Realizar estiramientos.
- Escucha musica durante tu sesion.

JNP

LO QUE TUS AMIGOS Y VOS NECESITAN

¡CLIC AQUÍ PARA SABERLO!



UN VIAJECITO A UTILA

RESERVA TU PASAJE DESDE **L1,800** POR PERSONA

MAQUETAS UTILA

CONEC TADOS

¿MO ENTAS SEGURO DE QUE CARRERA ESTUDIAR?

TE AYUDAMOS A DESCUBRIRLO, SOLO DALE TAP



innovatec

EL PODER JAO PIA

¿E QUE TIPO DE NEGOCIO Y/O SERVICIO TE CONSIDERAS ALGUN INNOVADOR/SA?

Dale tap y descubre tu carrera perfecta



Licenciatura en Mercadotecnia

ceutec

EL PODER JAO PIA

¿CUAL TIPO DE NEGOCIO Y/O SERVICIO TE CONSIDERAS ALGUN INNOVADOR/SA?

Dale tap y descubre que carrera estudia



Licenciatura en Derecho

ceutec

EL CAMINO A LA FELICIDAD ESTÁ CERCA DE LA IMAGEN Y DESCÚBRELO

EL CAMINO A LA FELICIDAD ESTÁ CERCA DE LA IMAGEN Y DESCÚBRELO

TU LUGAR FELIZ ES BIP



COFFEE

WE ARE GETTING READY! AND YOU?

CLICK ON THE IMAGE AND FIND OUT WHAT'S COMING IN SEPTEMBER.

EL CAMINO A LA FELICIDAD ESTÁ CERCA DE LA IMAGEN Y DESCÚBRELO

ONCE AGAIN UTILA SPORTFISHING TOURNAMENT ON THE ISLAND.

BE A PART OF IT AND STOCK UP ON WHAT YOU NEED AT BIP.



COFFEE


GO FISHING WITH BIP AND FIND ALL YOU NEED.

OPEN THE IMAGE TO FIND OUT

EL CAMINO A LA FELICIDAD ESTÁ CERCA DE LA IMAGEN Y DESCÚBRELO

AT BIP YOU GET EVERYTHING:

- MEDICINES
- SNACKS
- REFRESHING DRINKS
- AND MUCH MORE



CONEC TADOS

TEST DE APTITUDES:

- TRABAJAR EN EQUIPO.
- LIBERAR A LOS DEMÁS.
- TRABAJAR CON EQUIPO.
- TRABAJAR CON EQUIPO.



innovatec

CONEC TADOS

TEST DE APTITUDES:

- SER CREATIVO E INNOVADOR.
- RESOLVER LA CONSTRUCCIÓN.
- REVISAR E INVESTIGAR.
- TRABAJAR CON EQUIPO.



innovatec

Pentel

NUEVO BL417

Tintas disponibles en 8 colores 0.7 mm Punta Fina

ENERGELINK inside

escritura **ULTRA suave**

NO mancha

secado RÁPIDO



Anexo 8. Mosaico

#SEGUIMOSAVANZANDO

APRENDÉ A RECONOCER LAS REACCIONES DEL ESTRÉS



- INQUIETUD E HIPERACTIVIDAD
- TRISTEZA
- ANSIEDAD
- DIFICULTADES PARA CONCENTRARSE, PENSAR
- PROBLEMAS DE MEMORIA
- IRRITABILIDAD FRECUENTE
- BAJA MOTIVACIÓN





Hoy es el Día Mundial de la Seguridad del Paciente



Un día para crear conciencia en pacientes y familiares



Sobre las prácticas seguras, uso correcto de medicación y cuidados en general



Por eso formamos profesionales en el área de salud capaces, cuidadosos y ágilos que se preocupan por sus pacientes.



MÁS BIENESTAR, ¿QUÉ NUNCA?

PODCASTS EDUCATIVOS
En menos de 30 minutos podés aprender algo nuevo e interesante





Tercera Convocatoria

PROGRAMA DE BECAS NÁSSER-UNITEC



Período para Postulaciones:
18 de julio al 05 de septiembre

DALE LA OPORTUNIDAD A ESTOS DÍAS. ¡LOS PODÉS ENCONTRAR EN SPOTIFY!

- **FILOSOFÍA DE BOLSILLO: PARA PRESUMIR DE TUS CONOCIMIENTOS.**
- **A PIE DE PIZARRA: PARA HACER DE TUS CLASES PRESENCIALES MÁS INTERESANTES.**

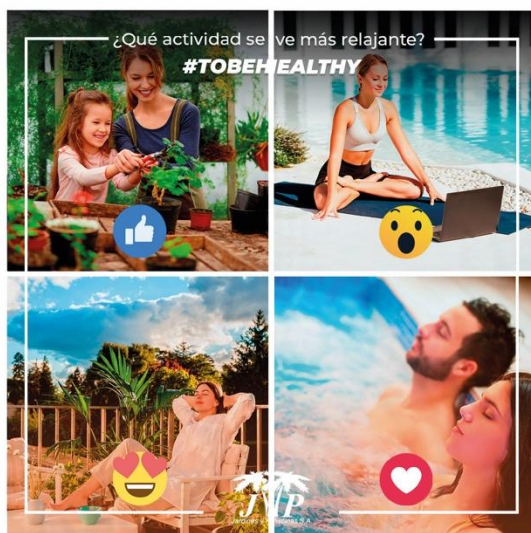
Requisitos para aplicar
Tener entre 15 y 30 años cumplidos al momento de postular.



Formulario de índice académica de bachillerato de estudios universitarios no culminados

Postular a cualquier carrera de pregrado o técnicos universitarios que se ofrezcan actualmente en los campus de UNITEC y sedes de CEUTEC a nivel nacional.





EL PODER DE INNOVAR

¿CUAL SERÁ TU SIGUIENTE PASO AL TERMINAR TU BACHILLERATO?

VAS A ESTUDIAR TU CARRERA EN CEUTEC APROVECHANDO TU DESCUENTO DEL 20%

TODAVÍA NO LO TENÉS CLARO Y ESTÁS ESPERANDO

innovatec

VENTAJAS DE TERMINAR TU BACHILLERATO

- MÁS Y MEJORES OPORTUNIDADES LABORALES
- DESARROLLÁS HABILIDADES Y COMPETENCIAS
- MAYORES INGRESOS
- PODÉS SEGUIR ESTUDIANDO UNA CARRERA

innovatec

EL PODER DE INNOVAR

COMO HACÍAS TAREAS DE NIÑO

COMO LAS HACÉS AHORA

innovatec



CONECTADOS

¡EXAMEN SORPRESA!

¿CUÁL ES LA EXTENSIÓN TERRITORIAL DE HONDURAS?

OPCIÓN 1:
112,492 KM2

OPCIÓN 2:
114,392 KM2

OPCIÓN 3:
115,942 KM2

innovatec

CONECTADOS

CON LOS HORARIOS CONVENIENTES DE INNOVATEC PODES ESTUDIAR

innovatec

Y TENER TIEMPO PARA TU FAMILIA.

innovatec

CONSEJOS PARA TENER UNA MEJOR SALUD MENTAL.

FUNDACIÓN INASSER

DESCANSO SUFICIENTE

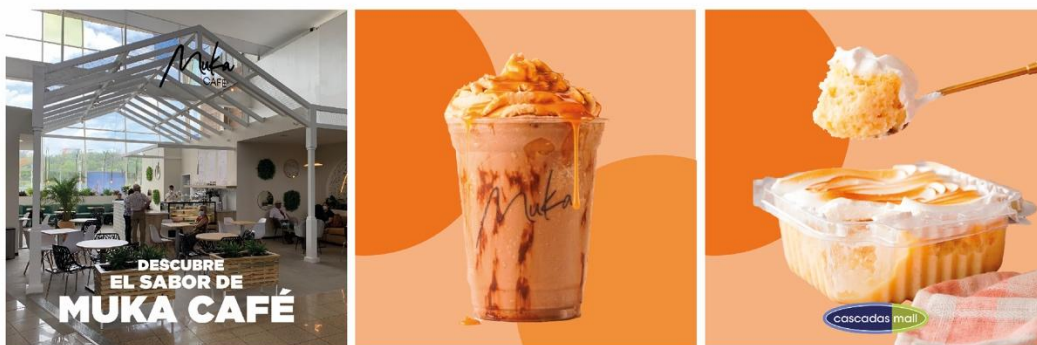
DIAS DE EJERCICIO

COMER BIEN

INICIA UNA NUEVA AVENTURA CON ELMER'S

útiles de honduras

Anexo 9. Carrusel Muka Café



Anexo 10. Carrusel promoción Jardines y Piscinas



Anexo 11. Carrusel Dirección Jardines y Piscinas

¡Visítanos y vive tu experiencia en tienda!

#TOBEHEALTHY

JYP
Jardines y Piscinas S.A.

Tegucigalpa
Col. El Prado, Frente al Paso a Desnivel

San Pedro Sula
Plaza Sante, Colonia Las Mesetas,
15 Calle 17 Ave. SO.

La Ceiba
Barrio Solares Nuevos, 13 Calle entre Ave.
San Isidro y Ave. 14 de Julio

Tela
Barrio San José, Plaza Supermercado
La Colonia, 1 cuadra estación de bomberos

Roatán
Coxen Hole, Mango Tree Center

JYP
Jardines y Piscinas S.A.

Anexo 12. Carrusel AVIS

AVIS

UN DATE POR LA NOCHE

AVIS

RENTA POR UN DÍA Y SORPRENDE A ESA PERSONA ESPECIAL

Anexo 12. Carrusel Fundación NASSER



Anexo 13. Carrusel Fundación NASSER



Anexo 14. Carrusel Útiles de Honduras



Anexo 15. Carrusel Fundación Nasser

CONSEJOS PARA TENER UNA MEJOR SALUD MENTAL

DESCANSA CORRECTAMENTE

HAZ EJERCICIO

COME DE FORMA SALUDABLE

FUNDACION NASSER

The carousel consists of four panels, each with a title and an image. The top-left panel features an illustration of a woman standing next to a shield with a checkmark, symbolizing mental health. The top-right panel shows a baby sleeping peacefully in a bed. The bottom-left panel depicts a group of people participating in an outdoor exercise class. The bottom-right panel shows a woman smiling while holding a bowl of fresh salad. Each panel is decorated with a wavy line graphic in the top-left and bottom-right corners. The Fundación Nasser logo is located at the bottom center of the carousel.

Anexo 16. Carrusel CEUTEC Pilar: EL PODER SOS VOS




Hoy es el Día Mundial de la Seguridad del Paciente 




Un día para crear conciencia en pacientes y familiares 

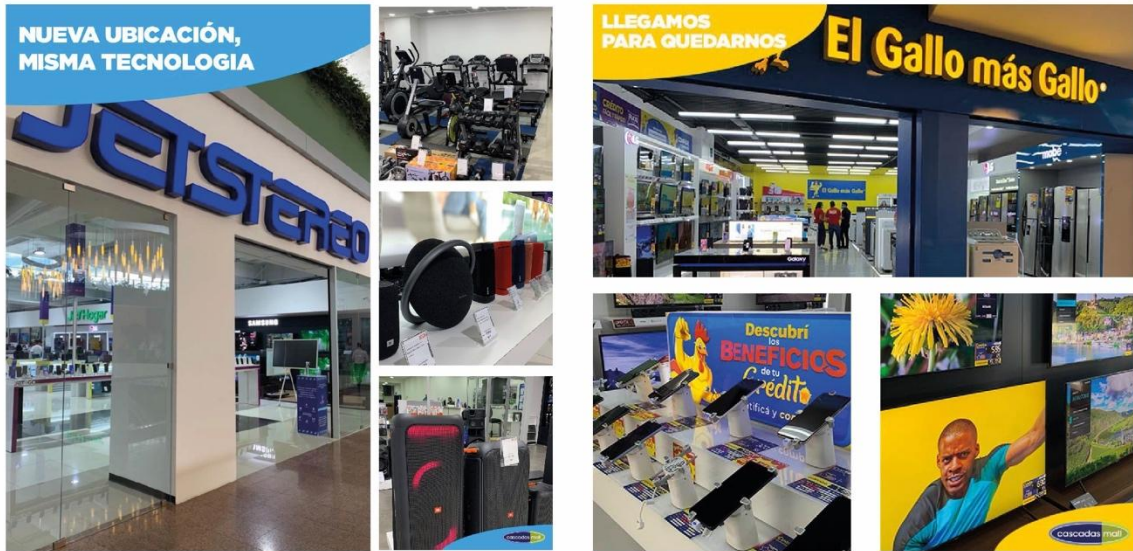


Sobre las prácticas seguras, uso correcto de medicación y cuidados en general 



Por eso formamos profesionales en el área de salud capaces, cuidadosos y éticos que se preocupan por sus pacientes. 

Anexo 17. Álbumes



Anexo 18. LIKE ADS

TU LIGA FAVORITA *TAN GRANDE COMO TU PASION*

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA

JORNADA 3

		R. SOCIEDAD VS R. ESPAÑA MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 3:00 P.M.
		VICTORIA VS UPNFM MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:00 P.M.
		H. PROGRESO VS OLANCHO FC MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:15 P.M.

TU LIGA FAVORITA *TAN GRANDE COMO TU PASION*

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA

JORNADA 3

		R. SOCIEDAD VS R. ESPAÑA MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:00 P.M.
		H. PROGRESO VS OLANCHO FC MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:15 P.M.
		VICTORIA VS UPNFM MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO, 7:15 P.M.

TU LIGA FAVORITA *TAN GRANDE COMO TU PASION*

--	--

H. PROGRESO vs. OLANCHO FC
MIÉRCOLES 10 DE AGOSTO / 7:15 P.M.

CANALES 300, HD 715 Y 10 TV SATELITAL APP Y WEB

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA



IMAGINA UN LUGAR DONDE
NO HAY PREOCUPACIONES, SOLO DIVERSION.
ESE LUGAR ES UTILA!

PAQUETES
DESDE
L1,800
POR PERSONA

¡MERECE'S UTILA!

UTILA DREAM

EL AGUA QUE QUIERO VER

LA QUE VEO TODOS LOS DÍAS

¡MERECE'S UTILA!

UTILA DREAM

¿ALGUIEN QUIERE GASOLINA GRATIS?

cascadas mall

ESTE AÑO TU MATRÍCULA LA PAGA CASCADAS MALL

cascadas mall

SÍGUENOS Y CONOCE TODO LO QUE CASCADAS MALL TIENE PARA TI EN ESTE

MES PATRIO

cascadas mall

EN CASCADAS MALL NOS VESTIMOS DE

HONDURAS
DURANTE ESTE MES

cascadas mall

¡ENCUENTRA LA PIEZA QUE FALTA!

A B C

CON LA COMISIÓN BIP

5 COSAS QUE PUEDES NECESITAR DEL BIP EN LA SEMANA DEL TORNEO DE PESCA DEPORTIVA DE UTILA:

- REPELENTE
- FLOTADORES
- PASTILLAS
- AGUA Y BOCADILLOS
- DISPONIBLES

CON LA COMISIÓN BIP



Anexo 19. GOOGLE POSTS



SPA
SPA DAY
\$69-ISV

- ACCESO A LA PISCINA
- ACCESO AL GIMNASIO
- SAUNA
- 1 MASAJE RELAJANTE DE 60 MINUTOS
- 10% DE DESCUENTO EN CENTRO DE CONSUMO
- 10% DE DESCUENTO EN SERVICIOS DE SPA.

HORARIO DE
8:00 AM - 4:00 PM

RESERVA AQUÍ



CONSITIENDO TU PIEL COMO TE MERECE

BENEFICIOS

- 1 EXFOLIACIÓN CORPORAL
- 1 MASCARILLA PURIFICANTE
- 1 BEBIDA CALIENTE
- 15 MINUTOS DE SAUNA

SPA

CONTÁCTANOS:
 PBX (504) 2545-2500 ☎ 9512-2500



FRESCURA Y CALIDAD EN TU VESTIMENTA

15% DE DESCUENTO EN LAVADO DE TRAJES Y DISFRACES.

SPA

CONTÁCTANOS:
 PBX (504) 2545-2500 ☎ 9512-2500



FRESCURA Y CALIDAD EN TU VESTIMENTA

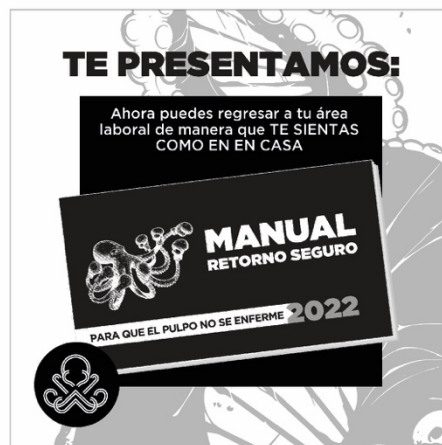
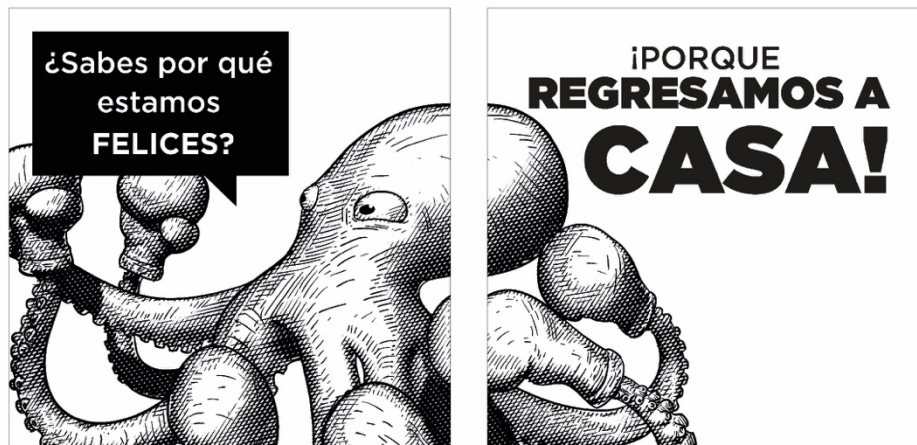
15% DE DESCUENTO EN SERVICIOS DE DRY CLEAN

SPA

CONTÁCTANOS:
 PBX (504) 2545-2500 ☎ 9512-2500

VID
INTERCONTINENTAL
THE GRAND HOTEL

Anexo 20. Mini-campaña interna



<https://acrobat.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:a53bacd2-1ee5-3446-b93b-f24461cdf9b4>

Anexo 21. Bitácoras

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
1	lunes 18/07/2022	Inducción	7 horas	Lic Ada Sánchez	Aprobado	Se realizó una introducción a la empresa y la metodología de trabajo.
	martes 19/07/2022	Piezas publicitarias para las redes sociales de Autopist	4 horas y media	James Vilus	Aprobado	Se realizaron dos piezas para redes sociales que forman parte de la campaña gráfica en facebook e instagram de Autopits.
	miércoles 20/07/2022	Piezas publicitarias para redes sociales de la empresa Jardines y Piscinas	2 horas	Natalia Cáliz	Aprobado	Se realizaron las piezas gráficas desde la primera hasta a la quinta de once piezas para la campaña de la empresa Jardines y Piscinas.
	jueves 21/07/2022	Piezas publicitarias para redes sociales de la empresa Jardines y Piscinas y correcciones de las piezas trabajadas ayer	4 horas	Natalia Cáliz	Aprobado	Se realizaron las piezas desde la sexta hasta la décima pieza más las correcciones de las piezas restantes.
	viernes 22/07/2022	Se continuaron las correcciones restantes y se realizó la última pieza de la campaña	4 horas 10 minutos	Natalia Cáliz	Aprobado	Se realizaron correcciones de las piezas #4, #8, #9, #5, #7, #10 y #2 y se realizó la onceava pieza de la campaña.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
2	lunes 25/07/2022	Readaptación de piezas gráficas realizadas la semana pasada a historias de Instagram	1 hora 11 minutos	Natalia Cálix	Aprobado	Se realizaron readaptaciones de cuatro piezas gráficas de la empresa Jardines y Piscinas a historias de Instagram.
	martes 26/07/2022	Piezas publicitarias para las redes sociales de Útila Dream	4 horas	Lupita Baide	En revisión	Se realizaron dos piezas para redes sociales que forman parte de la campaña gráfica en facebook e instagram de Útila Dream.
	miércoles 27/07/2022	Correcciones y piezas publicitarias para las redes sociales de Útila Dream	6 horas y 28 minutos	Lupita Baide	En revisión	Se realizaron las piezas gráficas desde la cuarta a la sexta y correcciones de tres piezas para la campaña de la empresa. Jardines y Piscinas.
	jueves 28/07/2022	Correcciones finales de las Piezas publicitarias para las redes sociales de Útila Dream	27 minutos	Lupita Baide	Aprobado	Se realizaron correcciones desde la segunda hasta la sexta pieza. (Se me asignó por la mañana trabajar con una compañera lo cual no se pudo porque se fue la luz por la tarde se realizaron correcciones desde la segunda hasta la sexta pieza para las redes sociales de Útila Dream.)
	viernes 29/07/2022	Piezas publicitarias para las redes sociales de INNOVATEC	6 horas 20 minutos	Nazaret Leiva	Aprobado	Se trabajaron piezas gráficas desde la uno hasta la ocho como parte de la campaña gráfica de INNOVATEC.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
3	lunes 01/08/2022	Piezas publicitarias para Tigo Sports	31 minutos	Wilfredo Galán	Aprobado	Se realizaron dos piezas gráficas y dos stories para Instagram para Tigo Sports
	martes 02/08/2022	Piezas publicitarias para las redes sociales de Tigo Sports y Readaptación para Tigo Business	2 horas	Juan Pablo Zepeda y Karine Fritzsche	Aprobado	Se realizaron cuatro de trece piezas para redes sociales que forman parte de la campaña gráfica en facebook e instagram de Tigo Sports y se hicieron readaptaciones de cuatro piezas de Tigo Business.
	miércoles 03/08/2022	Piezas gráficas para Tigo Sports y desarrollo de propuesta para facebook e instagram	2 horas y 16 minutos	Juan Pablo Zepeda y Ada Sánchez	En revisión	Se terminaron de realizar las trece piezas gráficas para Tigo Sports y se hizo una propuesta de un Post de Viaje para Mullen Lowe.
	jueves 04/08/2022	Readaptación de piezas a stories de Instagram para Tigo Sports y corrección de la propuesta para MullenLowe	7 horas 22 minutos	Juan Pablo Zepeda	En revisión	Se readaptaron dieciseis piezas a stories de Instagram para Tigo Sports y se corrigió la propuesta realizada ayer.
	viernes 05/08/2022	Correcciones de las historias de Instagram para Tigo Sports y corrección final de la propuesta para MullenLowe	7 horas	Juan Pablo Zepeda y Michelle Aguilar	Aprobado	Se corrigieron diez de las dieciseis piezas para presentadores de Tigo Sports y se realizó una última corrección a la propuesta realizada a MullenLowe.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
4	lunes 08/08/2022	Piezas publicitarias para Mall Las Cascadas	7 horas	Raquel Robles	Aprobado	Se realizaron seis piezas gráficas para Facebook e Instagram para la campaña publicitaria del Mall Las Cascadas.
	martes 09/08/2022	Corrección final para Tigo Sports, Desarrollo de Leads de UNITEC y de la promoción conocida como SPA DAY	7 horas 7 minutos	Juan Pablo Zepeda, Nazaret Leiva y Karol Pineda	En revisión	Se realizó una corrección final para la tercera pieza de Tigo Sports, se desarrollaron cinco publicaciones Leads para UNITEC y por último se realizó una promoción del SPA DAY para Hotel Intercontinental SPS.
	miércoles 10/08/2022	Primeras correcciones para la promoción SPA DAY.	44 minutos	Karol Pineda	En revisión	Se realizaron las primeras correcciones para la promoción SPA DAY.
	jueves 11/08/2022	Correcciones finales para la promoción SPA DAY.	3 horas 20 minutos	Karol Pineda	En revisión	Se realizaron las correcciones finales para la promoción SPA DAY.
	viernes 12/08/2022	Adaptación de la promoción SPA DAY	4 horas 13 minutos	Karol Pineda	Aprobado	Se readaptó la pieza original de la promoción del SPA DAY para post de Google.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
5	martes 16/08/2022	Modificaciones a piezas de CEUTEC ya existentes	3 horas 34 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	En revisión	Se realizaron modificaciones para 6 piezas existentes para las elecciones del talento CEUTEC .
	miércoles 17/08/2022	Modificaciones finales para las piezas de CEUTEC	11 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se realizaron pequeñas modificaciones para las piezas de CEUTEC.
	viernes 19/08/2022	Adaptación de piezas de la campaña de BIP	3 horas 31 minutos	Yina Maribel Bustillo Vásquez	Aprobado	Se readaptaron 3 piezas gráficas para que correspondieran con la campaña gráfica de septiembre de BIP.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
6	lunes 22/08/2022	Correcciones de piezas de Mall Las Cascadas desarrollo de piezas para UNITEC	5 horas y 6 minutos	Raquel Robles y Cristina Martínez	En revisión	Se realizaron correcciones a las piezas gráficas de Mall Las Cascadas y se desarrollaron las piezas para la campaña del mes de septiembre en UNITEC.
	martes 23/08/2022	Desarrollo de piezas gráficas para BIP y correcciones de piezas de UNITEC	8 horas 37 minutos	Yina Bustillo y Cristina Martínez	Aprobado	Se desarrollaron las piezas gráficas de BIP acorde a la pauta del mes de septiembre y se realizaron las correcciones de las piezas de UNITEC .
	miércoles 24/08/2022	Correcciones finales de las piezas de UNITEC y desarrollo de la campaña de CEUTEC	3 horas 30 minutos	Cristina Martínez y Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se realizaron las correcciones finales a las piezas de UNITEC y se desarrolló la campaña de CEUTEC.
	jueves 25/08/2022	Conclusión de las piezas de CEUTEC y correcciones de BIP	1 hora 34 minutos	María José Palma y Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Desarrollo de las piezas restantes de CEUTEC y correcciones de 3 piezas gráficas de BIP.
	viernes 26/08/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para INNOVATEC	2 horas 20 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se desarrollaron piezas de la campaña de INNOVATEC para el mes de septiembre.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
7	lunes 29/08/2022	Desarrollo de piezas gráficas para la Fundación NASSER	3 horas y 39 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	En revisión	Se realizaron piezas gráficas la campaña de septiembre de de la Fundación NASSER.
	martes 30/08/2022	Correcciones de las piezas de la Fundación NASSER y cambios en las piezas de CEUTEC e INNOVATEC	5 horas 53 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano y Ada Sánchez	En revisión	Se realizaron correcciones en 3 piezas para la fundación así como Cambios en las piezas de CEUTEC e INNOVATEC .
	miércoles 31/08/2022	Correcciones finales de las piezas de la Fundación NASSER y desarrollo de mosaicos para INNOVATEC	3 horas 24 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano y Ada Sánchez	Aprobado En revisión (INNOVATEC)	Se realizaron las correcciones finales a las piezas de la fundación se desarrolló dos mosaicos para INNOVATEC.
	jueves 01/09/2022	Correcciones finales de las piezas de CEUTEC e INNOVATEC	3 hora 10 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se desarrollaron las correcciones finales para las piezas de CEUTEC e INNOVATEC
	viernes 02/09/2022	Organización de los archivos para envío por correo	10 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Envío por correo de las piezas aprobadas.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
8	lunes 05/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas para Autopits y diseño de propuesta	3 horas y 50 minutos	Ada Sánchez	En revisión	Se realizaron piezas gráficas la campaña de septiembre de Autopits y se realizo tres propuestas para un post de oferta para el cliente.
	martes 06/09/2022	Propuesta final para Autopits	3 horas 27 minutos	Ada Sánchez	En revisión	Se realizaron las propuestas finales para el diseño de un post de oferta de precios para clientes de Autopits.
	miércoles 07/08/2022	Desarrollo de prácticas de sombras	8 horas 04 minutos	Ada Sánchez	En revisión	Se realizaron prácticas con diferentes objetos para crear diversos efectos de sombras.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
9	lunes 12/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas para AVIS	6 horas	María José Palma	En revisión	Se realizaron 5 piezas gráficas la campaña de septiembre de AVIS.
	martes 13/09/2022	Desarrollo y correcciones de las piezas gráficas de CEUTEC	9 horas 54 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se realizaron 9 piezas gráficas de la segunda campaña de septiembre de CEUTEC.
	miércoles 14/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas de INNOVATEC y para Mall Las Cascadas.	8 horas 40 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano y Raquel Robles	Aprobado	Se realizaron 5 piezas gráficas la campaña de septiembre de INNOVATEC, 3 piezas de Mall Las Cascadas así como correcciones de 2 piezas de las piezas asignadas.
	viernes 16/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas de Mall Las Cascadas	1 hora	Raquel Robles	En revisión	Se realizaron 2 piezas gráficas para Mall Las Cascadas para septiembre .

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
10	lunes 19/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas de Mall Las Cascadas y correcciones de piezas gráficas para AVIS.	8 horas 45 minutos	María José Palma y Raquel Robles	Aprobado	Se continuaron realizaron 6 piezas gráficas para Mall Las Cascadas para septiembre así como correcciones a 3 piezas gráficas para AVIS.
	martes 20/09/2022	Desarrollo y correcciones finales de las piezas gráficas de Mall Las Cascadas.	5 horas 46 minutos	Raquel Robles	Aprobado	Se realizaron las 3 piezas gráficas finales para Mall Las Cascadas y se corrigieron 4.
	viernes 23/09/2022	Desarrollo de piezas gráficas de CEUTEC y el diseño de una propuesta para Ink House.	3 horas 55 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano y Monica Marcela Zelaya	En revisión	Se realizaron 2 piezas gráficas para la tercera campaña de septiembre de CEUTEC así como una propuesta de invitación para Ink House.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
11	lunes 26/09/2022	Se desarrollaron las piezas gráficas restantes para la campaña de octubre de CEUTEC.	5 horas 50 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	En revisión	Se realizaron 9 piezas gráficas para la campaña de octubre de INNOVATEC.
	martes 27/09/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para la campaña de octubre de INNOVATEC.	6 horas 15 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se realizaron 9 piezas gráficas para la campaña de octubre de INNOVATEC.
	miércoles 28/09/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para la campaña de octubre de Útiles de Honduras Y Fundación NASSER, correcciones de CEUTEC y Mall Las Cascadas.	8 horas 30 minutos	Karol Pineda, Christian Fernando Martínez Valeriano Y Raquel Robles	En revisión	Se desarrollaron 12 piezas gráficas para la campaña de octubre de Útiles de Honduras y las 3 primeras piezas para Fundación NASSER, 2 correcciones de CEUTEC y 1 para Mall Las Cascadas.
	jueves 29/09/2022	Desarrollo de las piezas gráficas finales de Fundación NASSER y correcciones para Útiles de Honduras.	8 horas 27 minutos	Karol Pineda	Aprobado	Se desarrollo las 6 piezas gráficas restantes de Fundación NASSER y 4 correcciones para Útiles de Honduras.
	viernes 30/09/2022	Desarrollo de 6 propuestas para Hotel Intercontinental SPS.	5 horas 55 minutos	James Vilus	En revisión	Se realizaron 3 posts de redes sociales y 3 Google posts para Hotel Intercontinental SPS.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/ en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
12	lunes 03/10/2022	Se desarrollaron la campaña de octubre para BIP, un post adicional para CEUTEC y propuesta de cuadro para INVERSIONES. A.G	8 horas 22 minutos	Karol Pineda, Christian Fernando Martínez Valeriano y Blanca Yamileth	En revisión	Se desarrollaron 10 piezas para BIP, un post para CEUTEC y un diseño de cuadro para INVERSIONES. A.G.
	martes 04/10/2022	Correcciones para CEUTEC e INNOVATEC	3 horas 31 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	Aprobado	Se realizaron las correcciones finales para las campañas de CEUTEC e INNOVATEC.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
13	lunes 10/10/2022	Correcciones para piezas de Hotel Intercontinental SPS.	2 horas 1 minutos	James Vilus	Aprobado	Se realizaron correcciones a dos piezas para Hotel Intercontinental SPS.
	martes 11/10/2022	Se desarrollaron las piezas gráficas para la campaña de octubre de UNITEC.	8 horas 16 minutos	Cristina María Martínez	En revisión	Se realizaron 6 piezas gráficas para la campaña de octubre de UNITEC.
	miércoles 12/10/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para la campaña de octubre de UTH y piezas adicionales de UNITEC.	8 horas 42 minutos	Cristina María Martínez y Karol Pineda	Aprobado	Se realizaron 4 piezas gráficas para la campaña de octubre de UTH y 4 piezas adicionales para la campaña de UNITEC .
	jueves 13/10/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para la campaña de octubre de CEUTEC y adaptación a nueva línea gráfica de LOVEO.	6 horas	Christian Fernando Martínez Valeriano y Fernando Fuentes	En revisión	Se desarrollaron 5 piezas gráficas para la campaña de octubre de CEUTEC y adaptación de 4 piezas de LOVEO a la nueva línea gráfica.
	viernes 14/10/2022	Adaptación de piezas finales de LOVEO.	1 hora	Fernando Fuentes	Aprobado	Se adaptaron las 5 piezas gráficas restantes para LOVEO.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
14	martes 18/10/2022	Se corrigieron las piezas gráficas para la campaña de octubre de CEUTEC.	1 hora 21 minutos	Christian Fernando Martínez Valeriano	En revisión	Se realizaron correcciones a las piezas gráficas para la campaña de octubre de CEUTEC.

Semana	Día y fecha	Descripción de la actividad	Horas de trabajo invertidas	Persona que solicitó la actividad cargo	Estatus Entregado/en revisión/ aprobado rechazado etc	Observaciones o comentarios
15	lunes 24/10/2022	Se realizo las piezas gráficas para la campaña de noviembre de UNITEC.	8 horas	Ana Dubón	En revisión	Se realizaron 8 piezas gráficas para la campaña de noviembre de UNITEC.
	martes 25/10/2022	Se desarrollaron las piezas gráficas para la campaña de noviembre de Jardines y Piscinas.	3 horas 30 minutos	Camilo Gerardo Salgado	En revisión	Se realizaron 7 piezas gráficas para la campaña de noviembre de Jardines y Piscinas.
	miércoles 26/10/2022	Desarrollo de las piezas gráficas para la campaña de octubre de UTH y piezas adicionales de UNITEC.	1 hora 40 minutos	Camilo Gerardo Salgado	En revisión	Se realizó La pieza gráfica final para la campaña de noviembre de Jardines y Piscinas, asi como correcciones de la misma.
	viernes 28/10/2022	Cambios a la campaña de Jardines.	44 minutos	Camilo Gerardo Salgado	Aprobado	Se realizaron cambios generales a la campaña de noviembre de Jardines y Piscinas y se corrigieron 3 piezas gráficas.



Escuela de
Arte & Diseño



| **unitec**[®]