

EA&D

**IN
FOR
ME**

**PRÁCTICA
PROFESIONAL**



| unitec[®]

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
EMPRESA ERRE Y ERRE

SUSTENTADO POR:
STEPHANY PATRICIA GARCÍA GUZMÁN
11741101

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.
OCTUBRE, 2022

Agradecimiento

A la universidad, a mis docentes que me han dado todo el conocimiento y herramientas para poder ser una buena diseñadora, principalmente a la docente Kenia Barahona que me ha acompañado durante toda mi carrera y me ha transmitido ampliamente la experiencia y conocimientos que ella ha adquirido a lo largo de su vida. A la empresa Erre y erre por abrirme sus puertas y tenerme como practicante en estas 10 semanas, a su personal que me brindo parte de su tiempo para poder enseñarme el conocimiento que ellos tienen y su experiencia laboral con todas las herramientas para poder ejercer. Agradezco a el Diseñador Senior Jorge Escoto que me brindo su tiempo y conocimiento para mostrarme mejores técnicas y procedimientos para terminar mi trabajo con mayor rapidez, eficiencia y calidad. A todo el departamento de diseño y creatividad que me han hecho sentir cómoda y segura durante toda la práctica.

Dedicatoria

A Dios por haberme acompañado tantos años, guiándome, y dándome muchas fuerzas para poder continuar. Mi Creador y mi Madre Celestial, estuvieron a mi lado para poder superar muchos obstáculos que sucedieron a lo largo de mi aprendizaje. Agradezco por darme una segunda oportunidad de vida.

Agradezco de manera muy profunda a dos personas incondicionales e irremplazables en mi vida, mi madre Doris Guzmán Nayra y mi padre Manuel García, así mismo a mis mejores amigos que son mi familia Isabella Fuentes, Michell Ordoñez, Giovanni Rivas, Ifigenia Aguilera y mis grupos “pan de coco” y “grupo cristiano”, cada uno de ellos me han apoyado en este largo camino, dándome ánimos, consejos, cuidando mi salud y dándome las fuerzas que necesitaba para poder continuar.

Así mismo a una persona que siempre ha estado a mi lado cuando lo necesito y en los momentos más difíciles de mi vida a mi hermano Carlos García que no solo es un hermano, es mi mejor amigo y mi ejemplo a seguir.

Resumen

Este documento contiene la información de la Práctica Profesional que Stephany Patricia García Guzmán desarrolló en la empresa Erre y erre, desde el 18 de julio al 30 de septiembre del año 2022.

El objetivo del mismo es documentar las 400 horas de trabajo de la alumna, dentro de la empresa, previo a obtener su título de Licenciatura en Diseño Gráfico brindado por la Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC, utilizando el conocimiento y la experiencia adquirida en los cuatro años de la Carrera.

Dentro del contenido del informe se podrán observar todos los trabajos realizados para la Empresa, tales como artes, adaptaciones, diagramación, manuales de marca, edición, recorte de fotografías y animaciones. El informe contiene cuatro capítulos donde se detalla todo el proceso que se realizó en la Práctica Profesional.

En el Capítulo I se detallan las generalidades de la empresa y lo que se realiza dentro de la misma.

El Capítulo II se describe el cargo y desempeño que se obtuvo en los proyectos que fueron realizados para la empresa.

El Capítulo III detalla la propuesta de mejora sugerida para la empresa, y la identificación de un problema para poder dar una solución.

Por último, el Capítulo IV contiene las conclusiones, algunas recomendaciones y reflexiones para la empresa, universidad y futuros practicantes de la Carrera en Diseño Gráfico.

Índice de Contenido

Agradecimiento	1
Dedicatoria	4
Resumen	5
Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional	13
1.1 Datos Generales de la Organización	13
1.1.1 <i>Reseña de la Organización</i>	13
Misión	13
Visión	13
1.1.2 <i>Descripción del Departamento en el que se realizó la práctica</i>	14
1.2 Objetivos de la Práctica Profesional	15
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	15
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	15
Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas	17
2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado	17
2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional	17
2.2.1 <i>Adaptación de artes, banners, afiches</i>	17
2.2.2 <i>Etiquetas</i>	18
2.2.3 <i>Manual Marca</i>	19
2.2.4 <i>Edición de fotografías</i>	19
2.2.5 <i>Correcciones</i>	20
2.2.6 <i>Mockups</i>	20
2.2.7 <i>Diseño de artes</i>	20
2.2.8 <i>Covers</i>	21
2.2.9 <i>Diseño de Isotipo</i>	22
2.2.10 <i>Marca de agua</i>	22
2.3 Actividades de Mejora Implementadas	23
Capítulo III. Propuesta de Mejora	25
3.1 Problema Identificado	25
3.2 Situación Actual en la Organización	26
3.3 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada	26
¿Qué es la Identidad Gráfica?	26
Elementos de un manual de identidad corporativa	27
¿Qué es Señalética?	28
Importancia de la señalética	29
Elementos de la señalética	29
Beneficios de una mascota corporativa	30
Reconocimiento de marca en una mascota	30
3.4 Soluciones Identificadas	31

3.4.1	<i>Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto</i>	31
3.4.2	<i>Objetivos del Proyecto Propuesto</i>	31
3.4.3	<i>Alcances del Proyecto</i>	32
3.4.4	<i>Componentes del Proyecto</i>	32
3.5	Estrategia metodológica utilizada en el proyecto	35
3.5.1	<i>Fases del Desarrollo del Proyecto</i>	36
3.5.2	<i>Cronograma de Desarrollo y de Implementación</i>	37
3.5.3	<i>Presupuesto Requerido</i>	38
3.5.4	<i>Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto</i>	38
	Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones	41
4.1	Conclusiones de la Práctica Profesional	41
4.2	Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica	41
4.3	Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes 42	
4.3.1	Recomendaciones a la organización	42
4.3.2	Recomendaciones a la universidad	42
4.3.3	Recomendaciones a futuros practicantes	43
	Bibliografía	45
	Glosario	48
	Anexos	52

Índice de Figuras e Ilustraciones

Imagen 1 Portada Internacional School	52
Imagen 2 Montaje de fondos y edición.....	52
Imagen 3 Montaje de fondos y edición.....	53
Imagen 4 Montaje de fondos y edición.....	53
Imagen 5 Montaje de fondos y edición.....	54
Imagen 6 Montaje de fondos y edición.....	54
Imagen 7 Montaje de fondos y edición.....	55
Imagen 8 Montaje de fondos y edición.....	55
Imagen 9 Montaje de fondos y edición.....	56
Imagen 10 Global Community Vacunate.....	56
Imagen 11 Global Community Vacunate.....	57
Imagen 12 Global Community Vacunate.....	57
Imagen 13 Global Community Vacunate.....	58
Imagen 14 Global Community Vacunate.....	58
Imagen 15 Global Community Vacunate.....	59
Imagen 16 Global Community Vacunate.....	59
Imagen 17 Radial Efecto	60
Imagen 18 Adaptación 300x250 px	60
Imagen 19 Adaptación 336x280 px	61
Imagen 20 Adaptación 468x60 px	61
Imagen 21 Adaptación 728x90 px	61
Imagen 22 Adaptación 930x189 px	61
Imagen 23 Adaptación de arte reputación	62
Imagen 24 Adaptación de arte social	62
Imagen 25 Post Cultura y Diversidad	63
Imagen 26 Raíces	63
Imagen 27 Story vacuna miskitu.....	64
Imagen 28 Igualdad	64
Imagen 29 Story sueños	65
Imagen 30 Story sueños	65
Imagen 31 Story sueños	66
Imagen 32 Diagramación de Boletín Semestral de Pro.....	66
Imagen 33 Diagramación de Boletín Semestral de Pro.....	67
Imagen 34 Infografía acceso a la tierra	67
Imagen 35 Infografía acceso a la tierra	68
Imagen 36 Infografía acceso a la tierra	68
Imagen 37 Infografía acceso a la tierra	69
Imagen 38 Invitación Proderechos	69
Imagen 39 Invitación Proderechos	70
Imagen 40 Nuevas fotografías para artes	70
Imagen 41 Nuevas fotografías para artes	71
Imagen 42 Nuevas fotografías para artes	71
Imagen 43 Nuevas fotografías para artes	72
Imagen 44 Nuevas fotografías para artes	72

Imagen 45 Nuevas fotografías para artes	73
Imagen 46 Nuevas fotografías para artes	73
Imagen 47 Nuevas fotografías para artes	74
Imagen 48 Nuevas fotografías para artes	74
Imagen 49 Nuevas fotografías para artes	75
Imagen 50 Nuevas fotografías para artes	75
Imagen 51 Nuevas fotografías para artes	76
Imagen 52 Nuevas fotografías para artes	76
Imagen 53 Arte niños futuro brillante.....	77
Imagen 54 Arte niños futuro brillante.....	77
Imagen 55 Arte niños futuro brillante.....	78
Imagen 56 Arte niños futuro brillante.....	78
Imagen 57 Arte niños futuro brillante.....	79
Imagen 58 Arte niños futuro brillante.....	79
Imagen 59 Arte niños futuro brillante.....	80
Imagen 60 Arte niños futuro brillante.....	80
Imagen 61 Arte niños futuro brillante.....	81
Imagen 62 Arte niños futuro brillante.....	81
Imagen 63 Arte niños futuro brillante.....	82
Imagen 64 Propuesta arte metaverso.....	82
Imagen 65 Propuesta 2 arte metaverso.....	83
Imagen 66 Yo me vacuno población general.....	83
Imagen 67 Yo me vacuno población general.....	84
Imagen 68 Yo me vacuno población general.....	84
Imagen 69 Yo me vacuno embarazada.....	85
Imagen 70 Yo me vacuno población general.....	85
Imagen 71 Yo me vacuno niños.....	86
Imagen 72 Yo me vacuno adultos mayores.....	86
Imagen 73 Yo me vacuno adultos mayores.....	87
Imagen 74 Montaje de fotografía	87
Imagen 75 Montaje de fotografía	88
Imagen 76 Montaje de fotografía	88
Imagen 77 Montaje de fotografía	89
Imagen 78 Montaje de fotografía	89
Imagen 79 Montaje de fotografía	90
Imagen 80 Montaje de fotografía	90
Imagen 81 Montaje de fotografía	91
Imagen 82 Montaje de fotografía	91
Imagen 83 Cover de Facebook Luis Fonseca.....	92
Imagen 84 Adaptación de arte a afiche	92
Imagen 85 Acciona contra el acoso sexual	93
Imagen 86 Acciona contra el acoso sexual	93
Imagen 87 Acciona contra el acoso sexual	94
Imagen 88 Acciona contra el acoso sexual	94
Imagen 89 Acciona contra el acoso sexual	95
Imagen 90 Acciona contra el acoso sexual	95

Imagen 91 Acciona contra el acoso sexual	96
Imagen 92 Acciona contra el acoso sexual	96
Imagen 93 Acciona contra el acoso sexual	97
Imagen 94 Acciona contra el acoso sexual	97
Imagen 95 Propuesta 1 Nota Blog	98
Imagen 96 Propuesta 1 Nota Blog	98
Imagen 97 Creación de motivo	99
Imagen 98 Camiseta Amarillo Barista Café.....	99
Imagen 99 Camiseta Blanca Barista Café	100
Imagen 100 Camiseta Negra Barista Café.....	100
Imagen 101 Camisa Manga Larga Negro Barista Café.....	101
Imagen 102 Camisa Manga Larga Blanca Barista Café	101
Imagen 103 Camisa Manga Larga Amarillo Barista Café.....	102
Imagen 104 Camisa Polo Amarillo Barista Café	102
Imagen 105 Camisa Polo Blanco Barista Café	103
Imagen 106 Camisa Polo Negro Barista Café	103
Imagen 107 Delantal Barista Café.....	104
Imagen 108 Delantal Negro Barista Café.....	104
Imagen 109 Delantal Negro y Amarillo Barista Café	105
Imagen 110 Hoja membretada.....	106
Imagen 111 Concentrado de aves	106
Imagen 112 Harina de soya	107
Imagen 113 Horchata	107
Imagen 114 Pinol.....	108
Imagen 115 Rosquetes	108
Imagen 116 Concentrado de aves	109
Imagen 117 Harina de soya	109
Imagen 118 Horchata	110
Imagen 119 Pinol.....	110
Imagen 120 Rosquetes	111
Imagen 121 Etiqueta concentrado de aves	111
Imagen 122 Etiqueta harina de soya.....	112
Imagen 123 Etiqueta de Horchata.....	113
Imagen 124 Etiqueta de Pinol.....	113
Imagen 125 Etiqueta de rosquetes	114
Imagen 126 Mockup etiqueta Concentrado de aves	114
Imagen 127 Mockup etiqueta de harina soya	115
Imagen 128 Mockup de etiqueta horchata	115
Imagen 129 Mockup etiqueta pinol.....	116
Imagen 130 Mockup de rosquetes.....	116
Imagen 131 Propuesta 1 MAP BID	117
Imagen 132 Propuesta 1 MAP BID	117
Imagen 133 Propuesta 2 MAP BID	118
Imagen 134 Propuesta 2 MAP BID	118
Imagen 135 Propuesta 3 MAPBID	119
Imagen 136 Propuesta 3 MAPBID	119

Imagen 137 Infografía Austeridad.....	120
Imagen 138 Infografía Pandemia	120
Imagen 139 Infografía Milmillonarios	121
Imagen 140 Infografía inflación.....	121
Imagen 141 Infografía Riquezas.....	122
Imagen 142 Infografía Mientra pandemia	122
Imagen 143 Fondo monetario	123
Imagen 144 Infografía Impuestos.....	123
Imagen 145 Infografía Recortes	124
Imagen 146 Arte ALAMO	124
Imagen 147 Arte ALAMO	125
Imagen 148 Arte ALAMO	125
Imagen 149 Arte ALAMO	126
Imagen 150 Arte ALAMO	126
Imagen 151 Arte ALAMO	127
Imagen 152 Arte English Center	127
Imagen 153 Arte English Center	128
Imagen 154 Arte English Center	128
Imagen 155 Arte English Center	129
Imagen 156 Arte English Center	129
Imagen 157 Arte English Center	130
Imagen 158 Valla publicitaria uride.....	130
Imagen 159 Manual de marca URIDE.....	131
Imagen 160 Manual de marca URIDE.....	131
Imagen 161 Manual de marca URIDE.....	132
Imagen 162 Manual de marca URIDE.....	132
Imagen 163 Propuesta Mailing.....	133
Imagen 164 Propuesta 2 Mailing.....	133
Tabla 1 Cronograma de trabajo	37
Tabla 2 Presupuesto	38

**CA
PÍ
TU
LO I**

**Generalidades
de la Práctica
Profesional**

Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional

1.1 Datos Generales de la Organización

1.1.1 Reseña de la Organización

La empresa Erre y erre es una agencia digital que se encarga de crear artes, por ejemplo; banners, afiches, biófilos, trifolios, guías, etc. Y también crean soluciones digitales creativas, que son basadas en la investigación e información.

Erre y erre cree en el futuro digital, basado en el pasado que es la teoría y la práctica que son los complementos perfectos. (*erre y erre | Agencia Comunicación Estratégica y Reputación Digital en Honduras, s. f.*)

Ubicados en el Centro Comercial Florencia Plaza Hotel, 1er piso, local #7. Bulevar Suyapa Tegucigalpa, Honduras. Cuenta con una línea telefónica 3341-1657 y su correo electrónico es info@erreyerre.com.

Misión

Impulsando la transformación digital de Honduras brindando soluciones creativas, basadas en investigación e información y pensadas para diferenciarse y salir. (*erre y erre | Agencia Comunicación Estratégica y Reputación Digital en Honduras, s. f.*)

Visión

Creemos en el futuro digital basado en algo que el pasado ha dejado muy claro: La teoría y la practica son complementos perfectos. La teoría es la información que sabe y la practica es la creatividad que juega. “*Creemos en el poder de la información y la creatividad cuando van de la mano.*” (*erre y erre | Agencia Comunicación Estratégica y Reputación Digital en Honduras, s. f.*)

Organigrama Erre y erre

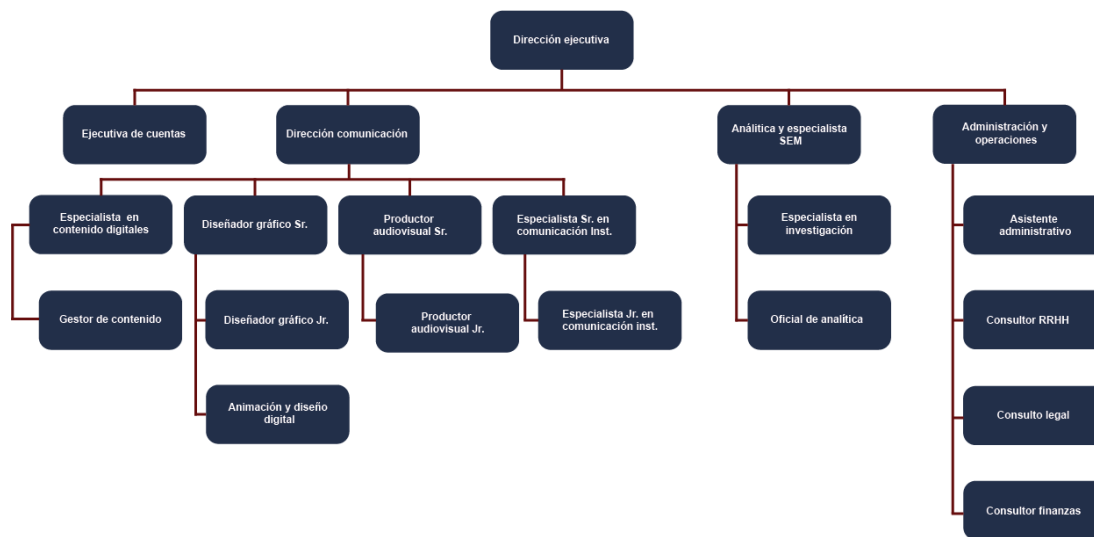


Imagen 1 Organigrama erre y erre

1.1.2 Descripción del Departamento en el que se realizó la práctica

El Departamento de Diseño Gráfico de la empresa Erre y erre, actualmente cuenta con dos Diseñadores, un Senior y un Junior, además de una animadora. Ellos se encargan de gestionar y realizar todos los diseños que produce la empresa, como ser diseño editorial, branding, edición de fotografías, animación, etc. Todos los días se reciben diversas solicitudes de distintos clientes, ya sean nuevos o permanentes, por lo que el área de Diseño es el encargado de realizar con prontitud y eficiencia estas tareas con el fin de brindar un servicio con excelencia.

En este departamento también se encuentra un Creativo Publicitario, cuya función es hacer los mensajes y asegurar que el diseño sea apto para subirse en las redes sociales o entregarse al cliente. Esta empresa tiene un proceso bastante elaborado, antes de pasar al Diseñador se encargan primero de investigar al cliente, se elabora una producción, un plan de trabajo, etc.

1.2 Objetivos de la Práctica Profesional

1.2.1 Objetivo General

Aplicar las habilidades y el conocimiento obtenidos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico, para cumplir con los trabajos que requiere la empresa, y así mismo conocer las exigencias laborales y del Mercado para así adquirir mayor experiencia con el propósito de culminar la formación.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1.2.2.1. Formarse e instruirse en soluciones, programas o procesos adicionales o novedosos para poder cumplir con las expectativas o exigencias laborales del Departamento de Diseño Gráfico.
- 1.2.2.2. Aplicar el conocimiento en conceptos y creación de contenidos en los proyectos de la agencia para mejorar y tener mayor experiencia.
- 1.2.2.3. Brindar apoyo a cada uno de los proyectos que la agencia relacione con el Departamento de Diseño Gráfico para mejorar mis habilidades.

CA PÍ TU LO II

Actividades
Asignadas y
Realizadas

Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

El puesto asignado en la empresa fue el de diseñadora gráfica en el Departamento de Creatividad y Diseño, el cual consiste en realizar distintas actividades como propuestas visuales que se presentan a un cliente en específico, también se hicieron trabajos que debían seguir lineamientos y estándares de calidad que exige la empresa. Entre las actividades que se realizan como diseñador gráfico están; manuales de marca, realización de artes para Instagram, adaptaciones (afiches, artes, historias para Instagram, etc.), edición de fotografías, diseño de marcas, etiquetas, reuniones, cambio de mensajes en artes, y más.

2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

Durante la práctica profesional, se realizaron distintos proyectos de diseño asignados por un diseñador gráfico senior, utilizando todos los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera como diseñadora gráfica y otros que se han ido adquiriendo mediante la experiencia laboral, como utilizar los programas incluidos en la suite de adobe entre ellos photoshop e ilustrador.

2.2.1 Adaptación de artes, banners, afiches

En la empresa se hacen distintos artes para diferentes marcas, en los cuales después de ser aprobados se terminan haciendo diferentes variaciones de formatos, esto depende de lo que el cliente este solicitando. Así que a veces se asignan trabajos en los cuales se adaptan vallas publicitarias, banner, manta cruza calle y otros.

Entre los artes que se preparan son:

1. Global Community: Valla publicitaria, afiche y manta cruza calle

2. International school: cover de facebook
3. Erre y erre: Artes en formato story.
4. Luis Fonseca: Arte a portada de redes sociales
5. ALAMO: Artes en formato Facebook, Instagram y Stories
6. DELCAMPO: Artes en formato Facebook, Instagram, Stories y Displays.

2.2.2 Etiquetas

Las etiquetas son las que informan cual es el producto que se está vendiendo en la marca, las etiquetas ayudan al producto a sobresalir entre aquellos que son su +competencia directa.

En la empresa Erre y erre, primero se toman las dimensiones del empaque y así se obtiene una medida exacta de la etiqueta. Una vez teniendo lo mencionado, se empiezan a proponer y crear diferentes ideas hasta llegar a una más clara, después se crea en Ilustrador un diseño más limpio utilizando leyes de jerarquía para colocar la información en un orden correcto. Así mismo, si el diseño necesita fotografías se establece un plan para hacer un producto shot.

1. Oxfam: Se creo diferentes etiquetas para los productos solicitados por el cliente. Y de igual forma se hizo un plan de producción para las fotografías que se necesita en cada una de ellas.
2. Barista café: Siguiendo la línea gráfica creada se hizo una etiqueta para el café con los requisitos del cliente.

2.2.3 Manual Marca

Los manuales de marca o de identidad corporativa son un documento que ayudan a crear o empezar un negocio con un diseño de logo, ya que es como una guía que recoge todas las directrices y comportamientos de la imagen corporativa de una empresa o negocio. Esto ayuda que las personas que quieran utilizar la marca sepan cómo usarla adecuadamente.

En la empresa Erre y erre se producen con mucha frecuencia manuales para diferentes marcas desde cero, es decir con la creación de logos hasta las aplicaciones. En este caso se creó el manual de Barista café y uride, se limpió el logotipo para poderlo colocar en diferentes aplicaciones que los clientes querían tener. Se investigó la psicología del color para poder agregar colores institucionales y colores secundarios. También se investigó que tipografías se acoplarían a el logo sin opacarlo.

2.2.4 Edición de fotografías

La edición de fotografías es para poder enriquecer y alimentar una imagen con creatividad ilimitada en las mismas. En la empresa se encargan de crear publicidad para varias marcas y en eso se establecen varios artes los cuales necesitan fotografías para poder promocionar la marca.

1. International School: Se hicieron varias ediciones de fotografías como corrección de color, equilibrio y montajes.
2. Global Community: Se crearon varios artes los cuales tenían integradas varias imágenes y necesitaban que todas las imágenes tuvieran un equilibrio de color igual.

2.2.5 Correcciones

A lo largo de la practica ha habido varios cambios que solicitan los clientes como fotografías, copias, posiciones, o colores. Incluso se ha tenido que hacer cambios para la traducción de idioma en los artes es decir de español a inglés. La empresa acepta que todos los clientes tengan un mínimo de 3 cambios en lo que soliciten, entonces se realizan diferentes cambios dependiendo de lo que el cliente desee.

1. Global Community
2. OIM
3. International School
4. Barista café
5. ASONAPVS IDAH

2.2.6 Mockups

Estos fotomontajes son algo muy esencial para poder mostrar un arte a un cliente, para que él pueda tener una idea de cómo se vería su diseño implementado en su producto o servicio. Normalmente en la empresa se toman dos diferentes opciones, una de ellas es buscar el mockup en internet o tomar la fotografía. Teniendo en cuenta esas dos opciones, el arte se agrega con photoshop, y se manda la imagen final al cliente para que él pueda dar una aprobación o algún cambio que el desee.

- 1.Barista café
2. Oxfam

2.2.7 Diseño de artes

La agencia Erre y erre siempre mantiene sus redes sociales actualizadas y constan de un sitio donde siempre publican información importante con temas

relacionados a una agencia publicitaria. Estas notas blog siempre deben llevar un arte para poderle dar seguimiento a el proceso de publicación y también crear una pauta para que sea distribuido en diferentes sitios.

Se crearon distintos artes para la campaña de English center con el objetivo que más personas se matricularon en dicho programa, así que los artes realizados fueron elaborados con ese dicho objetivo. De igual forma se juntó la cuenta ALAMO en la cual se necesitó un paquete de piezas en la cual se lograra que en el feriado morazánico la gente alquilara carros.

1. Metaverso
2. No es la flecha, es el indio y otras falacias ambiguas
3. Alamo
4. Delcampo English Center

2.2.8 Covers

En la agencia se tienen varios clientes que necesitan a veces trabajos rápidos como cambio de portada en sus redes sociales ya sea por la campaña que van a lanzar como marca o algún evento importante.

1. International School: Se realizo una portada realizada a la campaña un futuro brillante.
2. FUNDASUR: Se creo un cover para todas las redes sociales como Facebook, LinkedIn y Twitter. Esta portada debía tener las cuatro áreas en las cuales ellos se encuentran involucrados.

2.2.9 Diseño de Isotipo

La marca BID desea sacar una campaña en la cual asistiría a personas discapacitadas a encontrar un lugar donde los pueden ayudar. La agencia decidió crear tres conceptos los cuales deben ir acompañados de un isotipo y una pieza gráfica la cual incorpore el isotipo. En este caso se determinó hacer una propuesta de un concepto llamado MAPBID el cual trata de que los ciudadanos puedan avisarle a un discapacitado una ubicación donde los puedan ayudar.

Se tendrá que realizar una propuesta la cual involucre todos los elementos que tiene el concepto y de igual forma un arte que represente ese isotipo elaborado.

2.2.10 Marca de agua

En la agencia a lo largo de los años se han creado varias piezas gráficas y se necesita que cada arte este asegurado, para que no exista el plagio entre otras personas o empresas. Se asignó que todos los formatos JPG tuvieran una marca de agua que es el imago tipo de erre y erre.

2.2.11 Infografías

Se elaboraron diferentes infografías para la cuenta de OXFAM colocando diferentes textos e ilustraciones digitales creando una composición adecuada para no cargar dicha infografía. También se hicieron adaptaciones para redes sociales de las diferentes infografías elaboradas.

2.2.12 Mailing

Es un arte que es enviado como un correo directo con una variedad de mercadotecnia directa que ayuda a dar información publicitaria tanto como a clientes de

la empresa; esto puede ser un folleto publicitario, que suele ser acompañado de una carta personalizada.

Se elaboró dos propuestas para informarle a cada uno de los clientes que le brinda servicios la agencias que nos íbamos a encontrar fuera por unos días.

2.3 Actividades de Mejora Implementadas

En la agencia la eficiencia y el uso del tiempo son aspectos importantes, por esa razón un lema que siempre utilizan es si hay un problema dame la solución ahí mismo. Dado el lema se decidió trabajar con diferentes planes de mejora y que a lo largo han dado resultados. Uno de ellos que se implementa día a día es un método llamado *90 min* que consta que todos deben dejar su celular en una mesa y trabajar en una tarea sin distracciones por 90 minutos y tratar de finalizarla en ese momento.

Para una organización más efectiva usan folders en la plataforma de Google Drive para cada cliente de Erre y erre. De esta manera es más estructurado y ordenado a la hora de tener que buscar un trabajo pasado o querer continuar con el mismo. De esta misma manera si una persona debe retirarse por una razón el archivo queda en dicha plataforma y el otro diseñador puede continuar con lo que queda pendiente.

**CA
PÍ
TU
LO III**

Propuesta de
Mejora

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1 Problema Identificado

Erre y erre posee un manual de marca básico, este manual no está completo ya que contiene solo algunas especificaciones técnicas como colores corporativos, tipografía y su grafismo. Este manual carece de muchos elementos importantes tanto como guías de uso de la marca, promocionales, colores secundarios, proporción, posiciones de marca y más. Una marca al no contar con un manual de identidad no puede presentar la identidad visual de la empresa. Se debe notar que este manual debe mostrar cómo es la identidad visual, facilitar el desarrollo de la expresión gráfica de la marca, ser una guía donde se establecen normas a seguir, de igual forma asistir a que el público conozca quienes son como empresa. (*¿Qué es un manual de identidad corporativa y cuál es su importancia?*, s. f.)

La agencia no cuenta con señalización en su establecimiento y esto dificulta cuando una está en las estalaciones y no ubica las oficinas. De igual forma no cuenta con señales de emergencia cómo comportarnos en un caso de incendio o temblores. La colocación de estas señales dentro de un inmueble es de vital importancia en una emergencia. (Sánchez, s. f.)

Con la llegada del COVID-19 los establecimientos han ido señalizando sus instalaciones, para disminuir el contagio, pero en algunas ocasiones como en este caso les hace falta una guía que establezca las normas y requerimientos que debemos cumplir por la pandemia. Debemos establecer diferentes puntos como espacios de desinfección, entradas y salidas, áreas destinadas, recomendaciones y medidas de seguridad. (Sánchez, s. f.)

3.2 Situación Actual en la Organización

La agencia erre y erre no ha visto la necesidad de un manual de identidad, tanto que llevan 7 años sin uno. De igual manera no le han dado relevancia a que su imago tipo se ve en muchos lugares y otras empresas, no es una marca única. De momento les han brindado mucha relevancia a sus clientes y se les ha olvidado dedicarle tiempo a su marca.

3.3 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada

¿Qué es la Identidad Gráfica?

Es una construcción de varios elementos gráficos y visuales responsables de crear una atmósfera sobre quién es la empresa, cuáles son sus valores e incluso cómo se ve el mundo y la sociedad desde su perspectiva. (Identidad visual, 2020)

Para poder definir la identidad visual de una marca se deben tener en cuenta varios elementos tales como los colores corporativos, tipografías, íconos, aplicaciones, los usos correctos e incorrectos de la marca entre otros. Estos elementos ayudan a formar la identidad de la marca, facilitan la expresión gráfica, y asisten en establecer normas de cómo utilizarla. Esto también facilita a que el público nos pueda definir y seamos reconocidos como empresa. El manual de marca es una guía que reúne especificaciones de identidad que definen a la marca.

Uno de los objetivos que tiene la identidad corporativa es que debe crear un sentido de pertenencia en la plantilla laboral para los clientes y asegurar que existe una diferencia entre la competencia y los ayuda a impulsar la preferencia en los productos y poder

asegurar el servicio y así poder generar una opinión pública que sea favorable para la marca. (*La importancia de la Identidad Corporativa*, s. f.)

Elementos de un manual de identidad corporativa

- **Introducción a la empresa**

En el manual se debe colocar una breve introducción sobre la empresa, los valores, misión y visión que pretende transmitir en sus comunicaciones.

- **Logotipo**

Esta parte debe incluir varios elementos sobre el logotipo como:

- **Área de seguridad:** nos indica el espacio que debe tener el logotipo con otros elementos que lo quieran acompañar.
- **Tamaños:** en esta parte se indica el tamaño mínimo y máximo que debe tener el logotipo tanto en versiones impresas o digitales.
- **Variaciones:** se debe indicar como será la apariencia del logotipo en positivo, negativo y las posibles variaciones y combinaciones que se pueden realizar. También se debe explicar si existe una versión horizontal o vertical en el imatipo.

- **Colores corporativos**

En esta sección se deben colocar los colores utilizados en el logotipo y se deben sacar los colores secundarios que pueden ser utilizados en diferentes ocasiones.

- **Tipografías**

En este caso se debe especificar la fuente que se está utilizando en el logotipo y los que se debe utilizar en titulares y textos es decir tipografías secundarias.

- Usos no permitidos del logo

En esta parte es muy importante especificar detalladamente lo que se puede hacer con la marca y lo que no como desproporciones, colores no corporativos, cambiar de posición del imagotipo, colocarle degradados, etc.

- Grafismo

Estos elementos no son obligatorios, pero es importante que toda marca lo tenga para poder ser reconocido no solo por un logotipo.

- Aplicaciones

Las empresas cuentan con varios promocionales que los identifican como marca y es por eso por lo que deben existir las aplicaciones, para saber cómo usar la marca correctamente y como unificarla con la imagen de la empresa. Esto se puede aplicar en varios objetos, pero es importante que se usen en cosas específicas como automóviles, tazas, botellas, uniformes, mascarillas, etc.

(LEWIS, s. f.)

¿Qué es Señalética?

La señalética es un conjunto de señales que se utilizan en un espacio público. Es decir, una técnica de comunicación que, mediante el uso de señales y símbolos, lingüísticos y cromáticos, orientan y brindan instrucciones sobre cómo se debe accionar ya sea un individuo o un grupo de personas en un determinado espacio. (*Señalética*, 2020)

El objetivo de la señalética es que todos los usuarios tengan la facilidad de acceder a servicios que son requeridos, y puedan informar de una manera clara y

sencilla. Es por eso por lo que se debe tener en cuenta que deben ser armados de una manera sintética y ser esquemáticos. (*Señalética*, s. f.)

Importancia de la señalética

La importancia de la señalética es que es un elemento que es necesario en un establecimiento ya que contribuye a mejorar la seguridad de todos los empleados y terceros, como proveedores y clientes. En las empresas juega un rol muy vital en la parte de higiene laboral y en el bienestar de todo el establecimiento. (La importancia de la señalética corporativa, 2018)

Es un distintivo de seguridad que aporta información sobre los potenciales riesgos de un área determinada. (*La importancia de la señalética de seguridad*, s. f.)

Elementos de la señalética

- Tipografía

En esta parte se debe considerar el tamaño que se va a utilizar y el tipo de fuente.

También se debe tomar la decisión de si las palabras serán minúsculas o mayúsculas.

- Pictogramas

Estos son los signos que representan los símbolos, objetos o figuras. Se deben basar en extraer la acción o el objeto en separar lo esencial del campo visual.

- Color

En esta parte se debe tener más precaución ya que se deben diferenciar las zonas y ayuda a identificar de una mejor manera.

(*Tipos de Señalética o Señalización*, 2018)

Beneficios de una mascota corporativa

Los beneficios de tener una mascota mejoran el potencial en la comunicación de la empresa esto hace que los clientes puedan tener una conversación más amable. Así mismo ayuda a facilitar la interlocución con el consumidor y el cliente. Ayuda a establecer una relación más emocional y tangible con los usuarios que la que se consigue con un logo. (Martinez, s. f.)

Tener una mascota corporativa es un mediador que ayuda a reducir la desconfianza. Tiene como rol representar a la marca y permite tener una proximidad con el público. Es un elemento fundamental ya que logra dos objetivos aumentar confianza y certeza con los consumidores.

Reconocimiento de marca en una mascota

- Transmite los valores de la empresa
- Genera lealtad a la marca
- Proporciona la voz y la imagen de la marca
- Elemento integrador que da unidad a los consumidores

(Martinez, s. f.)

En conclusión, la mascota es una herramienta de marketing que establece el posicionamiento de una marca y un potente elemento para ser recordado por el consumidor. Un estudio que se realizó en un círculo de Frédéric Mistral arrojó que la mascota tiene un mayor impacto del 10% en ventas a diferencia de marcas que no tienen una mascota corporativa. (MC_peluchecreation_13, 2021)

3.4 Soluciones Identificadas

Como mejora para la agencia Erre y erre y poderla hacer más reconocida, se decidió hacer un manual de marca. Y un rebranding para lograr cambiar la opinión de los clientes en la empresa y lograr conectar con un público meta e identificarse como una marca única. Erre y erre a pesar de ser una agencia que se encuentra posicionada, se ve en la necesidad de tener un manual de identidad y un rebranding para poder identificarse con su público y sus competidores.

3.4.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto

Creación de Identidad Visual Corporativa de Erre y erre.

El siguiente proyecto se basa en la creación de una guía de elementos gráficos y normas para la agencia Erre y erre.

3.4.2 Objetivos del Proyecto Propuesto

3.2.2.1. Definir una identidad visual para la marca Erre y erre con la finalidad de crear una presencia y reconocimiento ante el público.

3.2.2.2. Plantear una nueva imagen gráfica de Erre y erre a nivel corporativo.

3.2.2.3. Diseñar una mascota corporativa para la marca para poder transmitir mayor confianza.

3.2.2.4. Establecer un manual de señalética para la organización y seguridad para el establecimiento de la empresa.

3.4.3 Alcances del Proyecto

La creación de manual de la marca Erre y erre, que cumpla con la función de crear una identidad visual de la marca, con los siguientes componentes:

- Manual de identidad

Este manual ayudara a la empresa a mejorar el branding y la imagen corporativa ante el público. El manual de identidad esta desarrollado en su totalidad y está listo para ser implementado cuando la agencia lo desee.

3.4.4 Componentes del Proyecto

El proyecto está compuesto por:

- Manual de Identidad: este documento contiene la siguiente información
 - Logotipo o Isotipo o Imagotipo
 - Construcción
 - Área de seguridad
 - Justificación de la marca
 - Reducción máxima
 - Reducción mínima
 - Área de protección
 - Versiones de color
 - Escala de grises
 - Grafismo
- Tipografía
- Tipografía Corporativa
 - Tipografía Complementaria

Color

- Colores Corporativos

- Pantone
- Tonalidades
- Degradado
- CYMK
- RGB

- Colores Secundarios

- Pantone
- Tonalidades
- Degradado
- CYMK
- RGB
- HSCB

Personaje

- Justificación
- Boceto
- Expresiones faciales

Normas de Uso

- Usos correctos de color
- Usos correctos de posición
- Usos correctos de fondo

Material Promocional

- Hoja membretada
- Folder
- Tarjeta de presentación
- Sobre
- Mouse Pad
- Libreta
- Lápiz
- Llavero
- Porta gafete
- Pines
- Portafolio INTAGLIO
- Termo
- Taza
- Gorra
- Camisetas
- Camisa Polo
- Hoodie
- Cobertores de computadora para laptop
- Protectores de pantalla

Señalética Corporativa

- Referencia
- Pictogramas
- Señales identificativas

3.5 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

La estrategia utilizada para la propuesta de proyecto es la de Gavin Ambrose y Paul Harris. Ambas metodologías proponen que los diseñadores puedan ordenar, generar y perfeccionar sus proyectos de diseño. (metodología_aplicada_al_diseño.pdf)

Este método se compone de 7 etapas:

1. Briefing: este es el paso inicial para cualquier trabajo de diseño donde se realiza la primera comunicación con el cliente. Una entrevista donde se establecen aspectos y objetivos del proyecto.
2. Investigación y antecedentes: en esta parte se hace una recopilación de información a través del brief o la investigación de temas relacionados.
3. Soluciones: usando la información anterior de las primeras fases se generan soluciones a través de una lluvia de ideas.
4. Desarrollo: a partir de lo anterior se crean propuestas graficas.
5. Selección: se presentan las propuestas de mejora, y se da una retroalimentación para mejorar dicha propuesta, dependiendo lo que necesite el cliente.
6. Entrega: entrega de propuesta del proyecto con las especificaciones necesarias para el desarrollo.
7. Feedback: se hace una retroalimentación del cliente con el objetivo de mejorar futuros proyectos. (metodología_aplicada_al_diseño.pdf)

3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto

Al empezar el proyecto se realizó una investigación y análisis de las redes sociales, material corporativo, el manual básico de la agencia, para poder identificar carencias y las oportunidades de mejora. Al realizar dicho análisis se concluyó que la marca no está establecida correctamente, ya que no cuenta con un manual completo. De igual forma la identidad visual de la marca no está bien establecida y tampoco bien posicionada ante el público.

Para tener una idea de cómo quieren que sea percibida la marca Erre y erre se tuvieron diferentes charlas con los empleados. Llegando a una conclusión, después de varias reuniones, se tomó en cuenta que desean que la marca este posicionada en el mercado, se vea profesional y responsable ante el público. A partir de esta conclusión se llevó a cabo una propuesta gráfica, y se realizó un rebranding creando un imago tipo. Esto debido a que el logotipo que está establecido actualmente se ve en muchas marcas, en otros grafismos y eso le quita valor a la marca. Después de establecer un imago tipo se fueron estableciendo los colores, tipografías, mascota, señalización, y el grafismo.

Teniendo un avance del proyecto se tuvo una reunión con los empleados para tener una retroalimentación de su parte. Entre las sugerencias que se fueron dando en la reunión fue optar por tener diferencias materiales pop como tazas, termos, hoodies, mouse pad, entre otros.

3.5.2 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

A continuación, se muestra un desglose de las actividades previstas para el proyecto de creación de identidad corporativa Erre y erre. Con el fin de brindar el entendimiento del cronograma se ha establecido por un código de color, así será más organizado y sencillo de comprender el estado de cada actividad:

- Realizado: **Morado**
- En proceso: **Azul Marino**
- Por realizar: **Rojo**

Metodologías	Actividades	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
Realizado	Briefing del proyecto	Morado									
Realizado	Análisis de redes sociales e investigar el manual básico de erre y erre.	Morado									
Realizado	Investigar y socializar con los empleados que les hace falta como empresa.		Morado								
Realizado	Elaboración de manual de identidad corporativa.		Morado	Morado	Morado						
Realizado	Socialización con los empleados para identificar con qué objetos o mascota se identifican.					Morado					
Realizado	Buscar referencias sobre mascotas corporativas en diferentes marcas.					Morado					
Realizado	Diseño de mascota corporativa.					Morado	Morado	Morado			
En proceso	Socializar el proyecto para tener una retroalimentación sobre el manual y mascota.								Azul Marino		
Por realizar	Modificación de manual de identidad, propuestos por los empleados.								Rojo	Rojo	
Por realizar	Entrega de manual corporativo con los cambios solicitados.									Rojo	
Por realizar	Realización del manual de marca interactivo.										Rojo

Tabla 1 Cronograma de trabajo

3.5.3 Presupuesto Requerido

En la siguiente tabla se muestran los detalles monetarios requerido para la elaboración del proyecto.

Concepto	Precio por hora	Cantidad de horas trabajadas	Valor Total
Manual de identidad corporativo	L 300.00	32	L 9,600.00
Briefing	L 300.00	2	L 600.00
Elementos gráficos Promocionales	L 300.00	8	L 2,400.00
Realización de plantillas para redes sociales	L 300.00	10	L 3,000.00
Señalética	L 300.00	8	L 2,400.00
Mascota corporativa	L 300.00	8	L 2,400.00
Propuesta gráfica	L 300.00	12	L 3,600.00
		10	L 3,000.00
Subtotal			L 27,000.00
ISR 15%			L 4,050.00
TOTAL			L 31,050.00

Tabla 2 Presupuesto

3.5.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Con la propuesta de mejora se establecieron distintos KPI's (Key Performance Indicator) para tener una evaluación precisa del rendimiento de este proyecto.

“El objetivo de un KPI es ayudar a tomar mejores decisiones respecto al estado actual de un proceso, proyecto, estrategia o campaña y de esta forma, poder definir una línea de acción futura.” (Colaboración,2017)

Para esta propuesta de mejora de manual de marca se tomaron en cuenta diferentes indicadores relacionados a las redes sociales como Instagram, Facebook y marketing

digital. Estas actividades serán evaluadas por la cantidad de usuarios que interactúen en las publicaciones del nuevo rebranding por sus likes, followers y comentarios.

1. Cantidad de seguidores nuevos en redes sociales en un plazo de 3 meses.
2. Cantidad de likes en un plazo de 3 meses.
3. Engagement mensual en las redes sociales como likes y comentarios.
4. Aumento de clientes en un plazo 8 meses.
5. Incremento de publicaciones en plazo de 3 meses.

En redes sociales como facebook y instagram y de igual forma en como llegan en sí a la agencia a pedir por nuestros servicios.

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 Los conocimientos que se han adquirido a lo largo de la Carrera como Diseñadora Gráfica han sido muy útiles para completar mis labores en la práctica profesional, pero de igual manera a lo largo de la práctica se han obtenido nuevas experiencias, técnicas y mejores procedimientos para manejar diferentes situaciones en los proyectos.
- 4.1.2 Se realizaron diferentes proyectos positivos a lo largo de la práctica profesional.
- 4.1.3 Se adquirieron nuevos conocimientos en los programas de Adobe como Photoshop e Ilustrador, para mejorar la destreza en dichos programas, y optimizar el tiempo de trabajo.
- 4.1.4 Se brindó apoyo en diferentes proyectos de la agencia, los cuales fueron seleccionados por los mismos clientes.

4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica

- 4.2.1 Al principio cuando uno comienza la práctica puede ser un poco estresante, ya que el personal existente tiene más experiencia en el hecho de sacar trabajos más rápidos, pero con el tiempo uno se va adaptando y mejorando habilidades.
- 4.2.2 El ritmo de trabajo en la agencia puede llegar a ser un poco agotador, no es como en la universidad que teníamos bastante tiempo para manejar un solo trabajo, aquí se debe salir de un proyecto a veces para ya o en el menor tiempo posible, se debe tener un buen manejo de tiempo.
- 4.2.3 La práctica es una buena oportunidad para poder experimentar y aprender cosas nuevas, tanto el estudiante como los jefes o compañeros.

4.2.4 Es muy importante llevarse bien con todos los empleados en la agencia, de esta manera se crea un ambiente saludable a la hora de trabajar.

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

4.3.1 Recomendaciones a la organización

4.3.1 Erre y erre es una empresa digital que tiene un gran potencial, pero su personal es reducido, y hay veces que no dan abasto con tanto trabajo y muy pocos colaboradores.

4.3.2 Es necesario que la agencia tenga más comunicación entre todos los colaboradores de un proyecto y tratar de socializar las ideas antes de que el proyecto sea presentado al cliente.

4.3.3 Es muy importante que la agencia tome en cuenta que el equipo debe tener un buen mantenimiento, para poder trabajar sin ningún problema. Y la mayoría de las computadoras tienen problemas y eso termina atrasando el flujo del trabajo.

4.3.2 Recomendaciones a la universidad

4.3.2.1 Se debería dar una charla antes de hacer el proceso de matrícula, para la práctica profesional ya que puede ser un poco confuso todo el proceso.

4.3.2.2 Es importante que el jefe de carrera tenga una lista de empresas en las cuales necesiten practicantes, y así no sea tan difícil para los estudiantes buscar un lugar en donde realizar la misma.

4.3.2.3 Recomiendo que la universidad brinde más apoyo en los programas de Adobe, ya que siento que están un poco desactualizados.

4.3.3 Recomendaciones a futuros practicantes

- 4.3.3.1 Es importante que el estudiante se lleve bien con todos los empleados, para hacer más agradable el tiempo de practica en la agencia.
- 4.3.3.2 En caso de no saber cómo hacer algo o como resolver un problema o inconveniente es importante que se pregunte, porque por tratar de hacerlo uno mismo o investigar solo nos quita tiempo.
- 4.3.3.3 Es bueno tratar de involucrarse en los proyectos, aunque no tengamos la cuenta nosotros.

**BI
BLIO
GRA
FÍA**

Bibliografía

- R.R.S.C. (2022). *Nosotros. erre y erre*. Recuperado 30 de julio de 2022, de <https://www.erreye.com/colaboracion>. (s. f.). *KPI's ¿Qué son, para qué sirven y por qué y cómo utilizarlos?* Recuperado 18 de septiembre de 2022, de <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-que-son-para-que-sirven-y-por-que-y-como-utilizarlos>
- Erre y erre | Agencia Comunicación Estratégica y Reputación Digital en Honduras*. (s. f.). erre y erre. Recuperado 15 de septiembre de 2022, de <https://www.erreyerre.com>
- Identidad visual: ¿qué es y cómo construir la de tu empresa? (2020, febrero 20). *Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/>
- La importancia de la Identidad Corporativa*. (s. f.). Recuperado 16 de septiembre de 2022, de <https://www.visa.com.co/run-your-business/pymes/notas-y-recursos/marketing/la-importancia-de-la-identidad-corporativa.html>
- La importancia de la señalética corporativa. (2018, agosto 3). *ROTUSER*. <https://rotuser.com/la-importancia-de-la-senaletica-corporativa/>
- La importancia de la señalética de seguridad*. (s. f.). *www.ipsuss.cl*. Recuperado 16 de septiembre de 2022, de <http://www.ipsuss.cl/ipsuss/site/artic/20180625/pags/20180625171349.html>
- LEWIS. (s. f.). *Cómo crear un manual de identidad corporativa paso a paso*. *Agencia TEAM LEWIS*. Recuperado 16 de septiembre de 2022, de <https://www.teamlewis.com/es/revista/como-crear-manual-identidad-corporativa/>
- lisimetodologia. (04:57:56 UTC). *Metodología del diseño gráfico*. <https://es.slideshare.net/lisimetodologia/pdf-metodologia-parcial-liseh>

Martinez, K. (s. f.). *Beneficios de las mascotas en las marcas corporativas*. ttandem digital studio.

Recuperado 16 de septiembre de 2022, de <https://www.ttandem.com/blog/beneficios-de-las-mascotas-en-las-marcas-corporativas>

MC_peluchecreation_13. (2021, abril 13). ¿Por qué crear una mascota de empresa? Peluche

Création. *Peluche Création*. <https://peluchecreation.com/es/por-que-crear-una-mascota-de-empresa>

¿Qué es un manual de identidad corporativa y cuál es su importancia? (s. f.). Recuperado 15 de

septiembre de 2022, de <https://www.saviat.net/es/blog/importancia-tener-manual-identidad-corporativa>

Sánchez, K. (s. f.). ¿Cuál es la importancia de la señalética? Recuperado 15 de septiembre de

2022, de <http://blog.losdeidea.com.mx/la-importancia-de-la-senaletica>

Señalética. (s. f.). Comunicólogos. Recuperado 16 de septiembre de 2022, de

<http://www.comunicologos.com/enciclopedia/técnicas/señalética/>

Tipos de Señalética o Señalización. (2018, marzo 30). [https://www.publibace.com/tipos-de-](https://www.publibace.com/tipos-de-senaletica-o-senalizacion/)

[senaletica-o-senalizacion/](https://www.publibace.com/tipos-de-senaletica-o-senalizacion/)

[re.com/nosotros](https://www.publibace.com/tipos-de-senaletica-o-senalizacion/)

**GLO
SA
RIO**

Glosario

1. **Agencia digital:** sirve como intermediaria y cumple con un objetivo de solucionar las demandas de los clientes que buscan como forma de generar mejores resultados en la web.
2. **Banner:** es un formato publicitario, que consiste en una pieza grafica que aparece en distintos portales con el único objetivo de hacer publicidad de una marca en específico.
3. **Branding:** es conocido como una gestión de marca y está conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento y valores de la marca.
4. **Rebranding:** es una estrategia de marketing que consiste en el cambio de imagen de una marca o del producto.
5. **Diseño Gráfico:** se define como el arte y la práctica de planificar y poder proyectar ideas y diferentes experiencias con el contenido visual y textual.
6. **Engagement:** esto establece la marca y su audiencia en las distintas vías de comunicación que producen entre sí.
7. **Identidad Corporativa:** es un conjunto de valores donde se conforma la visión de una empresa.
8. **Marca:** es todo signo visible que distingue productos o servicios de otras empresas.
9. **Mockup:** es una muestra previa que se realiza para mostrar un fotomontaje del trabajo creado y el cliente lo pueda ver a una escala real.
10. **Etiquetas:** es una señal de marca que se adhiere a un objeto para la identificación de un producto.

11. **Señalética:** es un distintivo de seguridad que aporta información sobre los potenciales riesgos de un área determinada, provee orientación y guías en un establecimiento.
12. **Lluvia de ideas:** es una herramienta de trabajo en equipo que tiene el objetivo de reunir varias ideas con numerosas personas, para que aporten iniciativas sobre un tema en concreto.
13. **Bocetos:** es un dibujo realizado a mano, sin utilizar instrumentos de dibujo con el que se pretende representar una idea de un objeto.
14. **Línea Gráfica:** es un conjunto de especificaciones que definen a una marca.
15. **Brief:** documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa y los proveedores.
16. **Isotipo:** estos se identifican como marca y constan solo de un icono.
17. **Imagotipo:** es la representación gráfica de una marca con un icono y una palabra.
18. **Logotipo:** es un símbolo que se utiliza para representar a una marca.
19. **Manual de marca:** es una guía que recoge el concepto de la marca, las normas y a redacción de documentos.
20. **Pieza gráfica:** se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.
21. **Grafismo:** La composición gráfica que trata de interpretar un mensaje a través de elementos ordenados
22. **Pantone:** es una guía de colores que están identificados con un código.
23. **CYMK:** es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores.

24. **Engagement:** es la acción de generar un vínculo “emocional” entre una marca o empresa y su comunidad en redes sociales.
25. **Material POP:** cualquier objeto que tenga el logo de una marca o empresa, es aquel que impulsa de cierta manera el reconocimiento de una marca para el consumidor.
26. **Marca de agua:** es el proceso de superponer un logo o un texto sobre un documento o un archivo de imagen y es un proceso importante en cuanto a la protección de los derechos de autor y a la comercialización de obras digitales.
27. **Covers:** es la portada o tapa de un documento o red social.
28. **Promocionales:** son una herramienta muy eficaz para dar a conocer el nombre de un negocio y los posibles consumidores puedan contactar con la empresa.
29. **Adaptaciones:** podríamos definirlo como aquel que trata de ajustarse a la naturaleza creativa de los seres humanos, facilitándoles la adaptación y evolución de sus productos con el objetivo de satisfacer sus necesidades en el día a día.
30. **Banners:** es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña.
31. **Afiche:** Impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.
32. **Metodología:** es la ciencia (o técnica) que utilizamos para realizar esa indagación de manera eficaz y conseguir los resultados deseados, con ella obtenemos la estrategia a seguir en el proceso de investigación.
33. **Expresión Gráfica:** es una forma de comunicación que permite expresar de modo sencillo ideas que serían muy difíciles de explicar sólo con palabras.

34. **MUPI:** soporte de publicidad exterior en el que se transmite información y mensajes publicitarios al ciudadano y que suele estar iluminado interiormente.
35. **Trifolio:** es una herramienta que además de producir un gran impacto visual, permite enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de un producto determinado o de un servicio a promocionar; también es muy utilizado como herramienta de marketing por las grandes empresas.
36. **Biófilo:** un biófilo o díptico es el mismo folleto doblado en 2 partes), por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, que contiene información condensada sobre eventos, productos, servicios o empresas.
37. **Reducción mínima:** La reducción del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido conservando su adecuada visibilidad.
38. **Composición tipográfica:** es la disposición de texto en líneas mediante la colocación de tipos físicos o sus equivalentes digitales.
39. **Tipografía:** son los diferentes estilos o tipos de letras que podemos elegir al hacer un diseño o escribir un texto.
40. **Área de reducción:** es el porcentaje de reducción transversal de la muestra mecanizada.

Anexos

Portada de Internacional School



Imagen 1 Portada Internacional School

Edición de fotografías y montaje de fondo



Imagen 2 Montaje de fondos y edición



Imagen 3 Montaje de fondos y edición



Imagen 4 Montaje de fondos y edición



Imagen 5 Montaje de fondos y edición



Imagen 6 Montaje de fondos y edición



Imagen 7 Montaje de fondos y edición

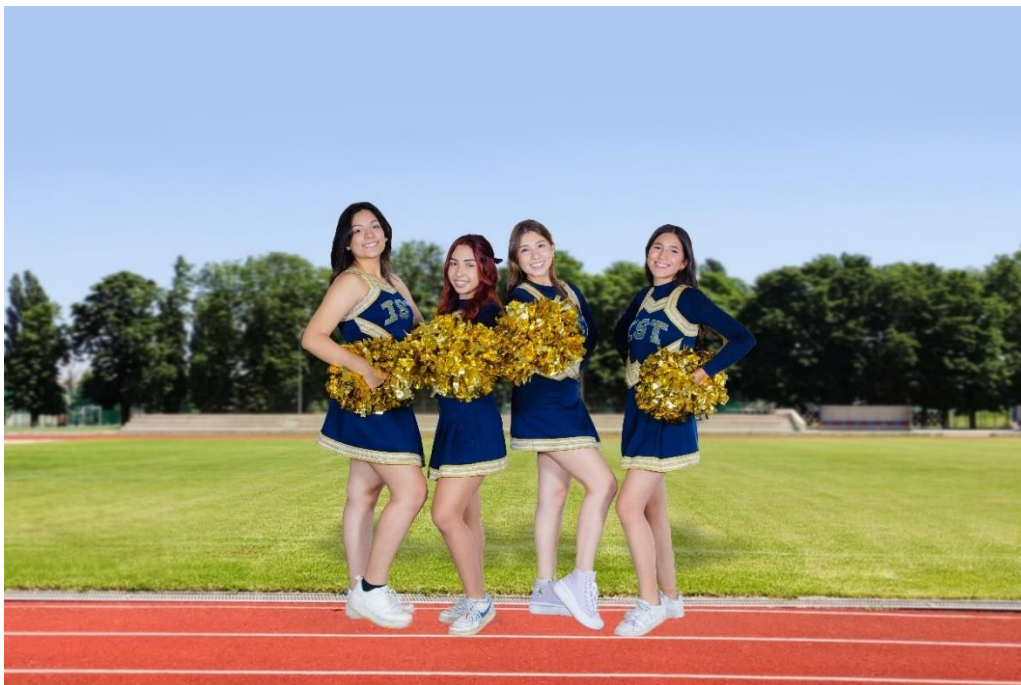


Imagen 8 Montaje de fondos y edición



Imagen 9 Montaje de fondos y edición

Recorte de fotografías y edición de campaña Global Community



Imagen 10 Global Community Vacunate



Imagen 11 Global Community Vacunate



Imagen 12 Global Community Vacunate



Imagen 13 Global Community Vacunate



Imagen 14 Global Community Vacunate



Imagen 15 Global Community Vacunate



Imagen 16 Global Community Vacunate

Ejercicio de practica en el programa de Photoshop



Imagen 17 Radial Efecto

Adaptaciones de OIM en diferentes dimensiones



Imagen 18 Adaptación 300x250 px



Imagen 19 Adaptación 336x280 px



Imagen 20 Adaptación 468x60 px



Imagen 21 Adaptación 728x90 px



Imagen 22 Adaptación 930x189 px

Adaptaciones de artes de agencia para stories



Imagen 23 Adaptación de arte reputación



Imagen 24 Adaptación de arte social

Marca de agua en portafolio de la agencia



Imagen 25 Post Cultura y Diversidad



Imagen 26 Raíces



Imagen 27 Story vacuna miskitu



Imagen 28 Igualdad



Imagen 29 Story sueños



Imagen 30 Story sueños

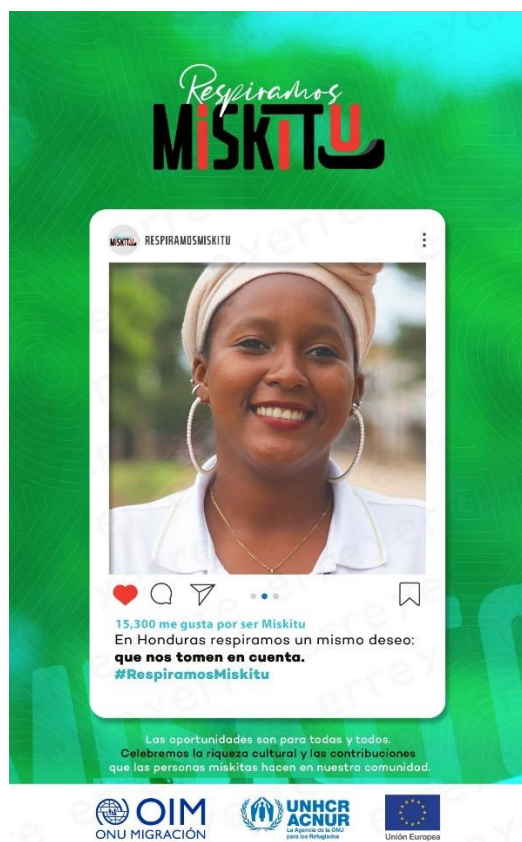


Imagen 31 Story sueños



Imagen 32 Diagramación de Boletín Semestral de Pro



Imagen 33 Diagramación de Boletín Semestral de Pro



Imagen 34 Infografía acceso a la tierra



Imagen 35 Infografía acceso a la tierra

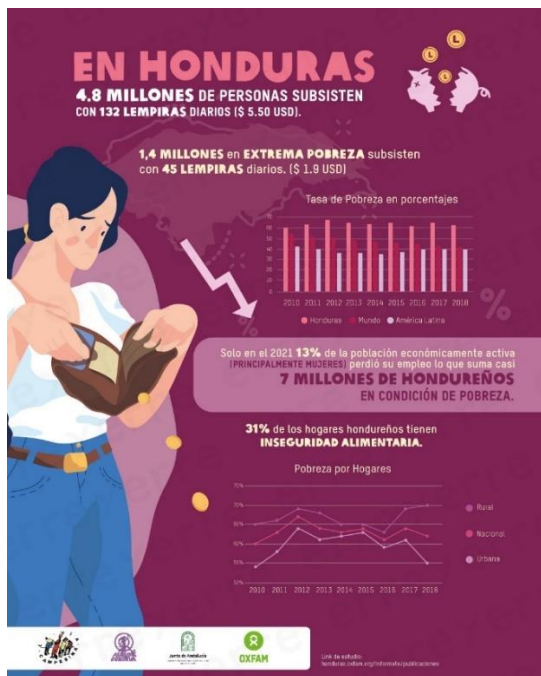


Imagen 36 Infografía acceso a la tierra



Imagen 37 Infografía acceso a la tierra


Unión Europea

INVITACIÓN

LA UNIÓN EUROPEA CELEBRA EL DÍA INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

Queremos compartir las experiencias de trabajo de los proyectos y programas de derechos humanos promovidos por la Unión Europea y sus Estados miembros.

Además, se entregará el Premio Europa de Derechos Humanos en Honduras.

 **10 DE DICIEMBRE** |  **HORA: 9:00 AM - 12:30** |  **@ProDerechosHN**

Imagen 38 Invitación Proderechos



 **ProDerechos**
Unión Europea

RESERVA LA FECHA

De cara al proceso de transición en que se encuentra el país y al delicado contexto en materia de derechos humanos, el Programa de Apoyo a la Democracia y los Derechos Humanos en Honduras (*ProDerechos*) organiza un diálogo técnico y constructivo que permita identificar los principales desafíos del contexto actual de derechos humanos, las prioridades y las recomendaciones para hacer frente al mismo.

Para ello, *ProDerechos* cuenta con la composición diversa y multisectorial de sus comités y quiere, además, convocar a este evento otros actores clave en materia de derechos humanos. De ahí que nos gustaría contar con su participación presencial en la fecha señalada.

 **Fecha:**
29 de octubre del 2021

 **Horario:**
8:30 AM – 4:30 PM

 **Agradecemos confirme su asistencia a**
akafie@proderechos.hn



Imagen 39 Invitación Proderechos

Edición de Fotografías para nuevas piezas de Internacional School



Imagen 40 Nuevas fotografías para artes



Imagen 41 Nuevas fotografías para artes



Imagen 42 Nuevas fotografías para artes



Imagen 43 Nuevas fotografías para artes



Imagen 44 Nuevas fotografías para artes



Imagen 45 Nuevas fotografías para artes



Imagen 46 Nuevas fotografías para artes



Imagen 47 Nuevas fotografías para artes



Imagen 48 Nuevas fotografías para artes



Imagen 49 Nuevas fotografías para artes



Imagen 50 Nuevas fotografías para artes



Imagen 51 Nuevas fotografías para artes



Imagen 52 Nuevas fotografías para artes

Artes de la Internacional School



Imagen 53 Arte niños futuro brillante



Imagen 54 Arte niños futuro brillante



Imagen 55 Arte niños futuro brillante



Imagen 56 Arte niños futuro brillante



Imagen 57 Arte niños futuro brillante



Imagen 58 Arte niños futuro brillante



Imagen 59 Arte niños futuro brillante

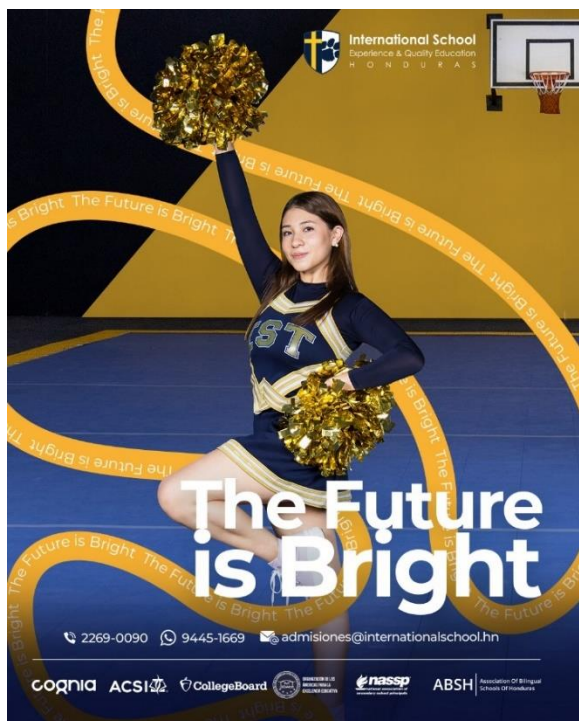


Imagen 60 Arte niños futuro brillante



Imagen 61 Arte niños futuro brillante



Imagen 62 Arte niños futuro brillante



Imagen 63 Arte niños futuro brillante

Elaboración de arte Agencia



Imagen 64 Propuesta arte metaverso



Imagen 65 Propuesta 2 arte metaverso

Modificaciones en artes de Global Community



Imagen 66 Yo me vacuno población general



Imagen 67 Yo me vacuno población general

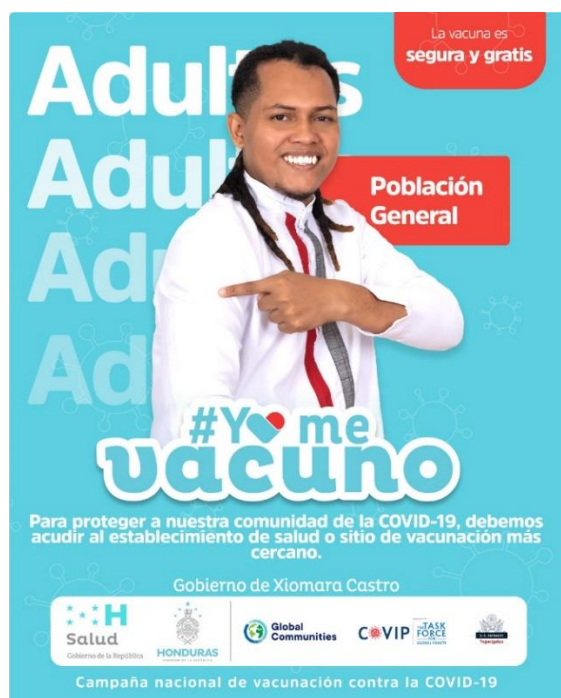


Imagen 68 Yo me vacuno población general



Imagen 69 Yo me vacuno embarazada



Imagen 70 Yo me vacuno población general



Imagen 71 Yo me vacuno niños



Imagen 72 Yo me vacuno adultos mayores

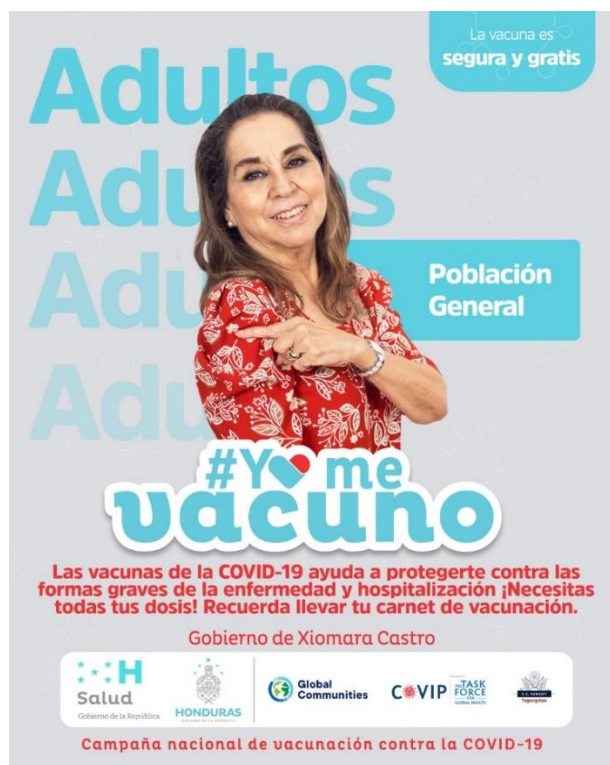


Imagen 73 Yo me vacuno adultos mayores

Retoque de fotografías Internacional School



Imagen 74 Montaje de fotografía



Imagen 75 Montaje de fotografía



Imagen 76 Montaje de fotografía



Imagen 77 Montaje de fotografía



Imagen 78 Montaje de fotografía



Imagen 79 Montaje de fotografía



Imagen 80 Montaje de fotografía



Imagen 81 Montaje de fotografía



Imagen 82 Montaje de fotografía

Portada de Luis Fonseca

¡CONOCE EL NUEVO RÉGIMEN DE BENEFICIOS DE AUXILIO MUTUO!

AÑO	ANTES		INCREMENTO
	AGO-21	JUL-22	
SUELDO BASE	L. 11,863.88	L. 12,863.88	L. 1,000.00
BENEFICIOS DE INDEMNIZACIÓN POR MUERTE	L.355,916.40	L. 385,916.40	L.30,000.00
INDEMNIZACIÓN POR INVALIDEZ	L. 88,979.10	L. 96,479.10	L. 7,500.00
BENEFICIOS DE SOBREVIVENCIA	L. 71,183.28	L. 77,183.28	L. 6,000.00
AUXILIO FUNERARIO	L. 41,523.58	L. 45,023.58	L. 3,500.00
EXTENCIÓN AUXILIO FUNERARIO	L. 11,863.88	L. 12,863.88	L. 1,000.00
BONO MATERNAL / PATERNAL	L. 5,000.00	L. 5,000.00	

LUIS DANIEL FONSECA
PRESIDENTE

NUESTRA PROPUESTA:
NUESTRO FUTURO

Imagen 83 Cover de Facebook Luis Fonseca

Afiche Global Community

La vacuna es **segura y gratis**

Honduras

Población General

#Yo me vacuno

La COVID-19 no es un juego, protége a tu familia. ¡Vacúnate con la dosis de refuerzo! Recuerda llevar tu carnet de vacunación.

Gobierno de Xiomara Castro

Salud HONDURAS, Global Communities, C#VIP, TASK FORCE

Campaña nacional de vacunación contra la COVID-19

Imagen 84 Adaptación de arte a afiche

Cambios de mensajes y diagramación en la campaña de acciona con la desigualdad



Imagen 85 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 86 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 87 Acciona contra el acoso sexual

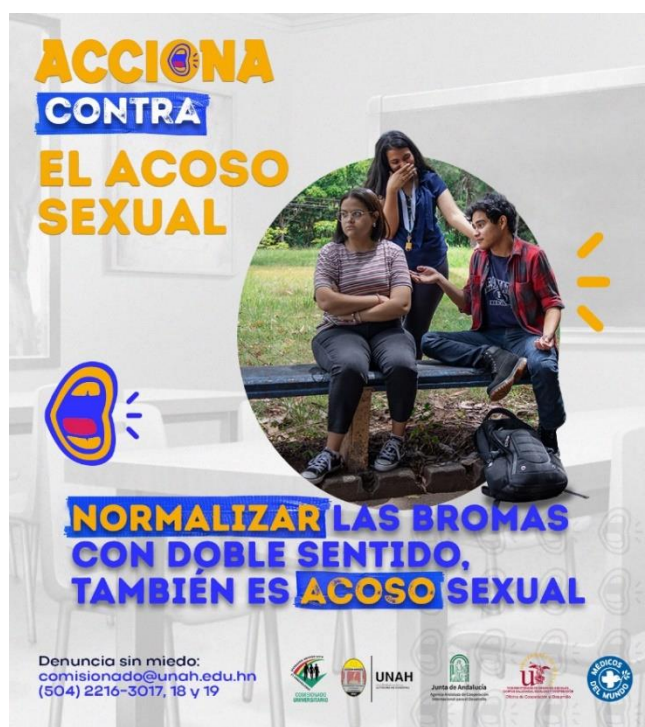


Imagen 88 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 89 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 90 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 91 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 92 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 93 Acciona contra el acoso sexual



Imagen 94 Acciona contra el acoso sexual

Elaboración de arte Agencia



Imagen 95 Propuesta 1 Nota Blog



Imagen 96 Propuesta 1 Nota Blog

Motivo de Barista Café



Imagen 97 Creación de motivo

Material pop de Barista Café



Imagen 98 Camiseta Amarillo Barista Café



Imagen 99 Camiseta Blanca Barista Café



Imagen 100 Camiseta Negra Barista Café



Imagen 101 Camisa Manga Larga Negro Barista Café



Imagen 102 Camisa Manga Larga Blanca Barista Café



Imagen 103 Camisa Manga Larga Amarillo Barista Café



Imagen 104 Camisa Polo Amarillo Barista Café



Imagen 105 Camisa Polo Blanco Barista Café



Imagen 106 Camisa Polo Negro Barista Café



Imagen 107 Delantal Barista Café



Imagen 108 Delantal Negro Barista Café



Imagen 109 Delantal Negro y Amarillo Barista Café

Nota. Link para ver el Manual de identidad completo...

https://drive.google.com/file/d/1nOqTNC12_-8xLuKuexfhI3BMOVTH7jjK/view?usp=sharing

Flipsnack:

https://www.flipsnack.com/5999CDAA9F7/manual-de-marca_barista-cafe.html

Hoja membretada ASONAPVSI DAH



Imagen 110 Hoja membretada

Product shot de Oxfam



Imagen 111 Concentrado de aves



Imagen 112 Harina de soya



Imagen 113 Horchata



Imagen 114 Pinol



Imagen 115 Roquetes

Recorte y edición de fotos OXFAM



Imagen 116 Concentrado de aves



Imagen 117 Harina de soya



Imagen 118 Horchata



Imagen 119 Pinol



Imagen 120 Rosquetes

Etiquetas Oxfam

CONCENTRADO PARA AVES

MAÍZ, AVENA, FRIJOL GANDUL, SAL MINERAL, ENTRE OTROS



Ingredientes

82 libras de maíz molido/amarillo o blanco, 54,5 onzas/3,5 libras de avena entera, 73 onzas/4,5 libras de harina de frijol gandul, soya etc. (Harina-tostar y moler), 36 onzas/2,25 libras de harina de cascara de huevo (Tostar, Moler y Colar T.M.C), 36 onzas/2,25 libras de harina de hueso (Tostar, Moler y Colar)/T.M.C, 91 onzas/5,6 libras de sal de minerales (Tostar, Moler y Colar)/T.M.C, 27 onzas/1,6 libras de harina de roca (Piedra/Ladrillo), 8 libras de ceniza colada, 4 libras de sal fina.

3 LIBRAS

Imagen 121 Etiqueta concentrado de aves

HARINA DE SOYA

A BASE DE FRIJOL SOYA, CANELA, PIMIENTA Y CLAVOS DE OLOR

Valor nutricional

Frijol Soya: Por cada 100 g, grasas 9,0 g, carbohidratos 10 g, proteínas 17 g. **Canela:** Por cada 100 g, calorías: 373 kcal, grasas totales: 3,2 g, colesterol: 0 mg, calcio: 1,228 mg, vitamina c: 28,5 mg, hidratos de carbono: 80,5 g, proteínas: 3,9 g. **Pimienta:** Por cada 100 g, calorías: 251, grasas totales: 3,3 g, colesterol: 0 mg, sodio: 20 mg, potasio: 1,329 mg, hidratos de carbono: 64 g, proteínas: 10 g. **Clavos de olor:** Por cada 100 g, calorías: 322,6 kcal, proteínas: 5,98 mg, hidratos de carbono: 61,2 mg, fibra: 34,2 g, colesterol: 0 g.

1/2 LIBRA

Imagen 122 Etiqueta harina de soya



Imagen 123 Etiqueta de Horchata



Imagen 124 Etiqueta de Pinol

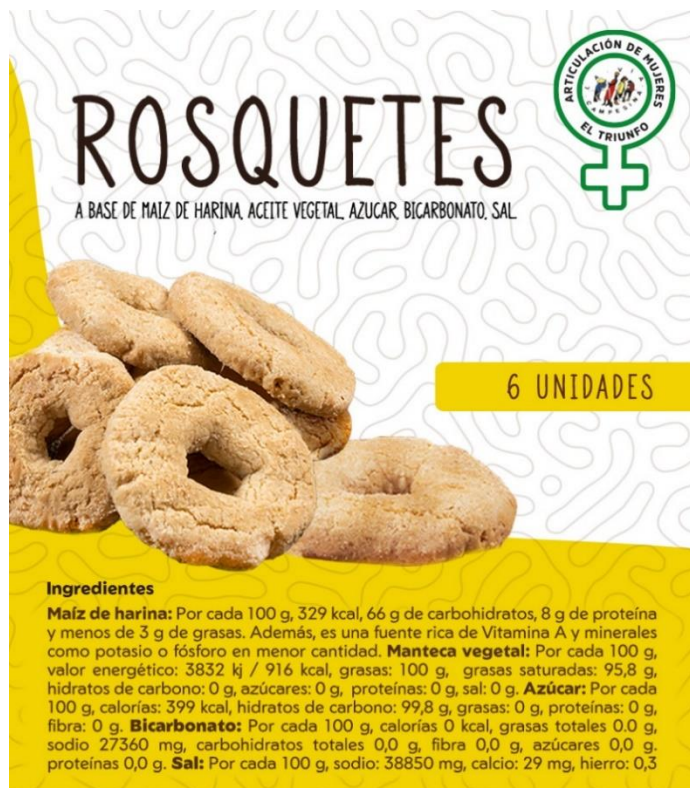


Imagen 125 Etiqueta de rosquetes

Mockups de etiquetas OXFAM



Imagen 126 Mockup etiqueta Concentrado de aves



Imagen 127 Mockup etiqueta de harina soya



Imagen 128 Mockup de etiqueta horchata



Imagen 129 Mockup etiqueta pinol

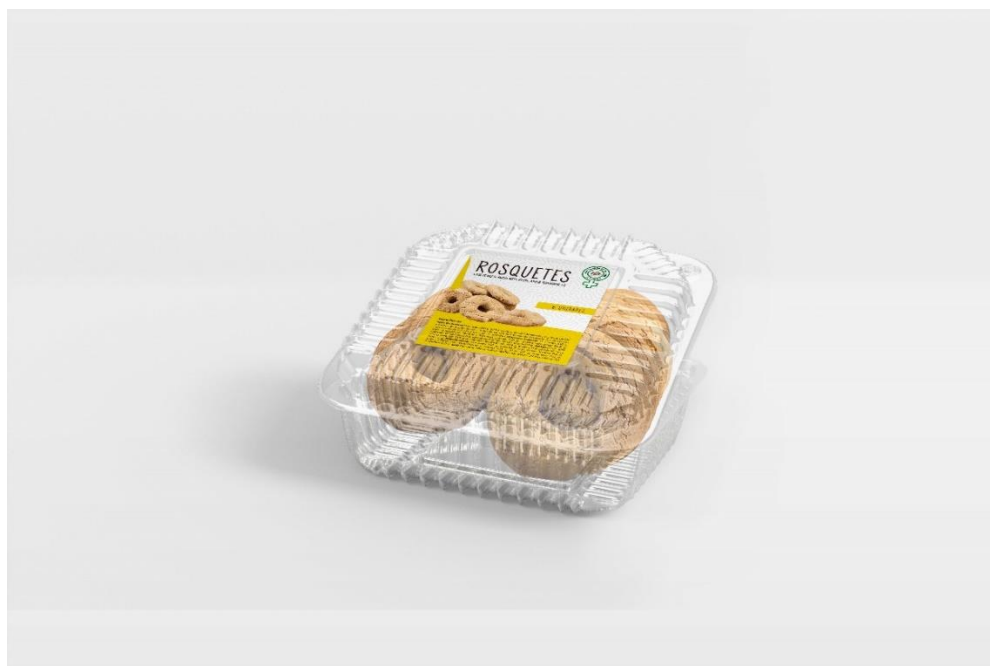


Imagen 130 Mockup de rosquetes

Propuesta de concepto BID



Imagen 131 Propuesta 1 MAP BID



Imagen 132 Propuesta 1 MAP BID



Imagen 133 Propuesta 2 MAP BID



Imagen 134 Propuesta 2 MAP BID



Imagen 135 Propuesta 3 MAPBID



Imagen 136 Propuesta 3 MAPBID

Infografías Oxfam



Imagen 137 Infografía Austeridad



Imagen 138 Infografía Pandemia



Imagen 139 Infografía Milmillonarios



Imagen 140 Infografía inflación



Imagen 141 Infografía Riquezas



Imagen 142 Infografía Mientra pandemia



Imagen 143 Fondo monetario



Imagen 144 Infografía Impuestos



Imagen 145 Infografía Recortes

Piezas graficas ALAMO



Imagen 146 Arte ALAMO



Imagen 147 Arte ALAMO



Imagen 148 Arte ALAMO



Imagen 149 Arte ALAMO



Imagen 150 Arte ALAMO

ANTICIPA LA RESERVA
DE ALQUILER DE UN
CARRO PARA TU VIAJE
EN ESTADOS UNIDOS

Contamos con todas las coberturas de reserva

Contáctanos
 +504 9455-4399

Imagen 151 Arte ALAMO

Piezas graficas DELCAMPO

DELCAMPO
 ENGLISH CENTER

Learn english for *your job*

Amplía tus oportunidades laborales aprendiendo inglés

En nuestro programa conversacional orientado al inglés técnico profesional:

- Recursos Humanos • Finanzas • Negocios • Marketing

José Gutiérrez
 Intermedio
B2
 Inglés

Acceptado para
5
 plazas

¡Matrícula abierta!

Imagen 152 Arte English Center

DELCAMPO
ENGLISH CENTER

Learn english for | *your future*

¡Últimos días de matricula!

Aún estás a tiempo de poder aprender inglés en cualquiera de nuestras modalidades

Online • Híbrido • Presencial

No dejes pasar esta oportunidad

Inscríbete ya

Imagen 153 Arte English Center

DELCAMPO
ENGLISH CENTER

Learn english for | *your job*

Aprende inglés y obtén un ascenso en tu trabajo

Con nuestros programas podrás desenvolverte en cualquier actividad profesional.

Alison Fuentes
Avanzado
C2
Inglés

Destaca en las áreas de:

• Listening • Speaking • Reading • Writing

¡Matrícula abierta!

Imagen 154 Arte English Center

DELCAMPO
ENGLISH CENTER

Learn english for | *your future*

Aprende inglés en cualquiera de las *Tres modalidades:*
Online • Híbrido • Presencial

Alejandra López
Avanzado
C1
Inglés

Completado el
79%
de los cursos

¡Únete a nuestros cursos de inglés más completos de Honduras!

¡Matrícula abierta!

Imagen 155 Arte English Center

DELCAMPO
ENGLISH CENTER

Learn english for | *your future*

Aprende Inglés

Elige la modalidad que más se ajuste a tu tiempo:
Online • Híbrido • Presencial

Alejandra, Esther, Carlos
Avanzado
C1
Inglés

Completado el
79%
de los cursos

Invirtiendo entre 4 a 10 horas a la semana.

¡Matrícula abierta!

Imagen 156 Arte English Center

DELCAMPO
ENGLISH CENTER

Learn english for *your kids*

Cuando tus hijos e hijas aprenden inglés,
sus oportunidades académicas aumentan.

Programa de inglés *infantil y juvenil*

Ricardo Cirón
Básico
A2
Inglés

Alejandra Larros
Intermedio
B1
Inglés

¡Matrícula abierta!

Imagen 157 Arte English Center

Manual de marca URIDE

uride

Hoy hacemos que tu camino sea más rápido y seguro

Google Play | App Store

Imagen 158 Valla publicitaria uride

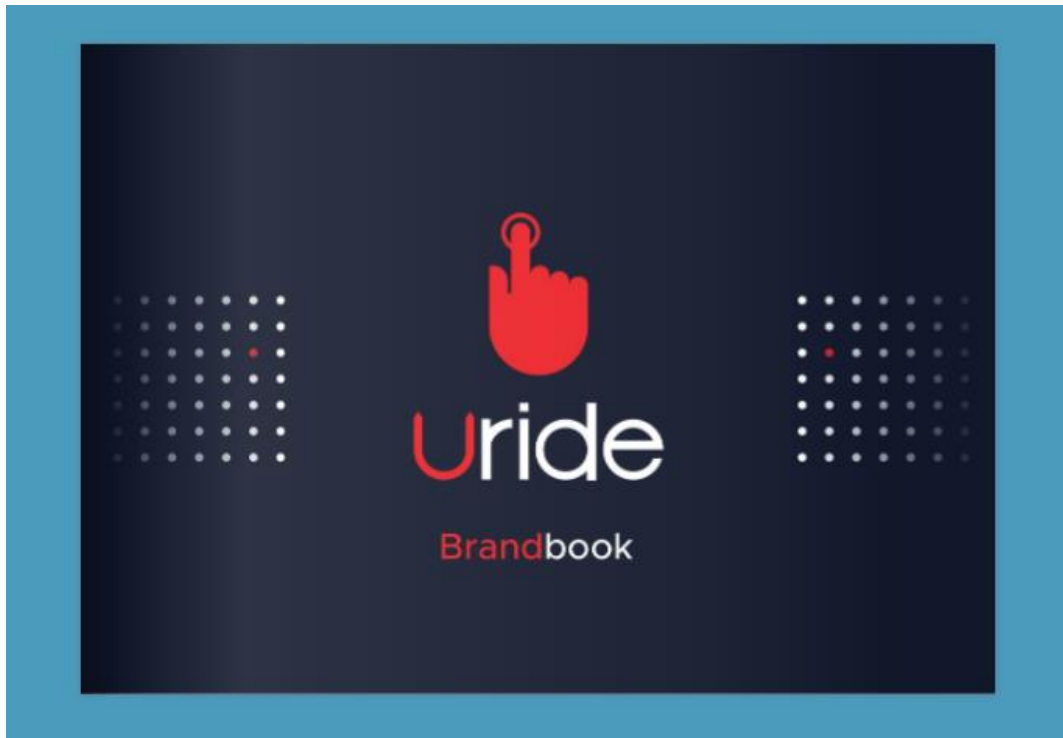


Imagen 159 Manual de marca URIDE



Imagen 160 Manual de marca URIDE

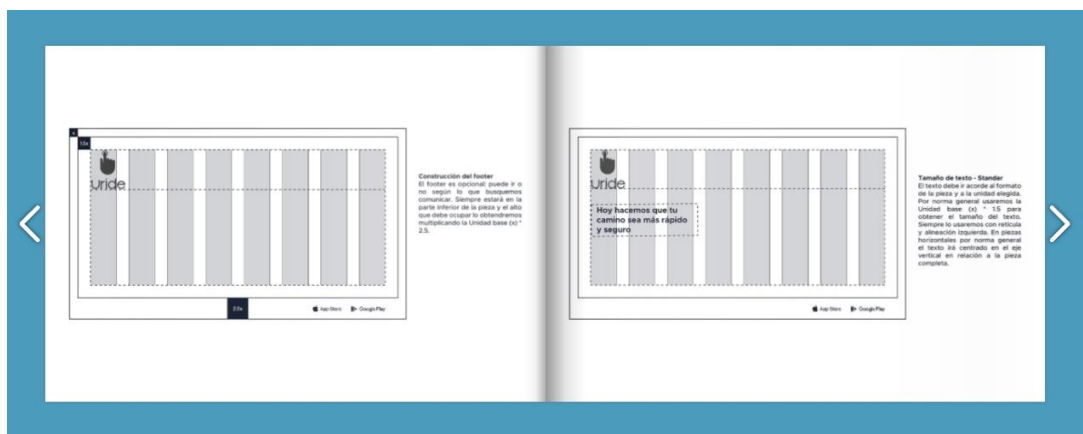


Imagen 161 Manual de marca URIDE



Imagen 162 Manual de marca URIDE

Nota. Link para ver el Manual de identidad completo...

<https://drive.google.com/file/d/1YzHoGp6DpJvHCIBxUct8WF2wppUie4rU/view?usp=sharing>

Flipsnack:

https://www.flipsnack.com/5999CDAA9F7/manual-de-marca_uride.html

Mailing Agencia



Imagen 163 Propuesta Mailing



Imagen 164 Propuesta 2 Mailing

Manual de Identidad Erre y Erre



Nota. Link para ver el Manual de identidad completo...

https://drive.google.com/file/d/1D7X2z1enEUyYByWjBtcEk2PCRASp2QyX/view?usp=s_haring

Flipsnack:

https://www.flipsnack.com/5999CDAA9F7/manual-de-marca_erre-y-erre.html



Escuela de
Arte & Diseño



| unitec[®]