

EAD

**IN
FOR
ME**

**PRÁCTICA
PROFESIONAL**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

EMPRESA GRUPO ELCATEX

SUSTENTADO POR:

MARÍA FERNANDA ROVELO ZELAYA

21841305

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICITARIA

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2022

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por darme la oportunidad de estudiar y finalizar con éxito esta etapa de mi vida, Gracias a mis padres por el apoyo y la oportunidad de estudiar y lograr un sueño más, a mis hermanas por ser ejemplo de dedicación y superación, y a todos los que me ayudaron a formarme como profesional enriqueciendo mis conocimientos y brindandome una experiencia unica a lo largo de mi carrera profesional.

Dedicatoria

Este informe esta dedicado a mis padres quienes con ayuda de Dios y a traves de su esfuerzo han logrado darme esta oportunidad, brindandome siempre todo el apoyo y amor incondicional, acompañandome hasta esta etapa y ayudandome a culminar una meta más.

Resumen

La práctica profesional, se realizó en Grupo Elcatex , una empresa que da inicio en el año de 1984, destacandose en el país con ser una de las más fuertes en el rubro dentro de Honduras. Dentro del Grupo Elcatex existen varias textileras, maquilas manufactureras, desarrollo en la parte de sostenibilidad en el ambiente, energía y más.

Dentro del periodo de realización de la práctica profesional, se cumplieron las distintas actividades y proyectos asignados por la empresa para apoyar a todo el personal de departamento de Comunicaciones y Responsabilidad Social Empresarial, con el objetivo de desarrollar experiencia personal y obtener conocimientos en el área de Comunicación. Algunas de las actividades más sobresalientes son: Elaboración Calendario Editorial redes sociales, Coberturas de campañas, Video Fundación MHOTIVO, Recolección historias Allmade, Elaboración de artes para redes sociales “Historias de Éxito”.

El departamento de Comunicaciones y RSE tiene dos años en haber sido establecido en la empresa, debido a esto existen deficiencias en ciertos aspectos como las redes sociales las cuales se encuentran con poco crecimiento y es donde se centro principalmente las propuestas implementadas para mejorar el área.

Donde el practicante propone y establece una solución para promocionar las redes sociales, demostrándole a los colaboradores y potenciales clientes como conectarse y conocer las plataformas donde se muestran las actividades y anuncios brindados por parte de la empresa Grupo Elcatex.

Índice de Contenido

Agradecimiento	I
Dedicatoria.....	II
Resumen	III
Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional	2
1.1 Datos Generales de la Organización	2
1.1.1 <i>Reseña de la Organización</i>	3
1.1.2 <i>Historia</i>	3
1.1.9 <i>Descripción del departamento en el que se realizó la práctica</i>	6
1.2 Objetivos de la Práctica Profesional	7
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	7
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	7
Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas	9
2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado	9
2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional	9
2.2.1 <i>Elaboración de calendario editorial para redes sociales</i>	9
2.2.2 <i>Cobertura de charla “Estimulación Temprana”</i>	10
2.2.3 <i>Elaboración de artes para redes sociales “Historia de éxito”</i>	12
2.2.4 <i>Cobertura campaña sobre lucha contra el cáncer de mama</i>	13
2.2.5 <i>Cobertura evento de premiación Colegio Médico</i>	14
2.2.6 <i>Recopilación de Historias Allmade</i>	15
2.2.7 <i>Cobertura Evento BID</i>	17
2.2.8 <i>Video Fundación Mhotivo</i>	18
Capítulo III. Propuesta de Mejora	23
3.1 Problema Identificado	23
3.2 Soluciones Identificadas.....	23
3.2.1 <i>Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto</i>	23
3.2.2 <i>Objetivos del Proyecto Propuesto</i>	23
3.2.3 <i>Alcances del Proyecto</i>	24
3.2.4 <i>Componentes del Proyecto</i>	24
3.3 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto	24
3.3.1 <i>Fases del Desarrollo del Proyecto</i>	25
3.3.2 <i>Cronograma de Desarrollo y de Implementación</i>	33
3.3.3 <i>Presupuesto Requerido</i>	34
3.3.4 <i>Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto</i>	38
Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones	40
4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional	40
4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica.....	41
4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes	
41	

<i>Bibliografía</i>	44
<i>Glosario</i>	48
<i>Anexos</i>	51

Índice de Figuras e Ilustraciones

Ilustración 1. Estructura organizacional departamento de RSE y Comunicaciones	5
Ilustración 2 Facebook Antecedente diciembre 2022.....	26
Ilustración 3 YouTube Antecedente diciembre 2022	27
Ilustración 4 Twitter Antecedente diciembre 2022.....	27
Ilustración 5 LinkedIn Antecedentes diciembre 2022	28
Ilustración 6 Capturas de pantalla de las redes sociales.....	29
Ilustración 7 Guón literario	30
Ilustración 8 Escenas del video para redes sociales	32
Ilustración 9 Escenas del video para redes sociales	32
Ilustración 10 Escenas del video para redes sociales	32
Ilustración 11 Escenas del video para redes sociales	33
Ilustración 12 Diagrama de Gantt trabajo video promocional.....	34
Ilustración 13 Presupuesto de gastos video promocional	35
Ilustración 14 Evaluación de KPI en redes sociales.....	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

Grupo Elcatex cuenta con distintos rubros, en el cual se encuentra, el rubro textil es una de las áreas más competitivas del grupo. Cuenta con tres empresas en este rubro, las cuales combinan tecnología de punta para brindar los mejores servicios en el mercado. Cuenta con una operación vertical desde el tejido hasta el teñido, acabado, afelpado, corte, confección, empaque y embarcado.

El grupo cuenta con dos plantas (Francis Apparel, Genesis Apparel) de costura multiestilo, con una capacidad de producir más de 430,000 docenas mensuales, ambas plantas cuentan con procesos certificados y tecnología de punta para brindar un servicio de alta calidad.

Grupo Elcatex cuenta con varias empresas en el rubro de energía, que son parte de un proceso integral que, a través de tecnología de punta, es capaz de producir cinco tipos de energía, HGPC, Cersa y Sula Valley.

A través de nuestros parques industriales y división de zonas libres, el grupo está comprometido a ofrecer a la industria textil, local e internacional, servicios competitivos de alta calidad y apoyarlos en su excelente infraestructura y recurso humano profesional e innovador que garantiza la satisfacción de nuestros clientes.

Los cuatro parques industriales con los que cuenta el grupo son:

- ZIPTEX
- ZIP CHOLOMA
- ZIP BUENA VISTA
- ZIP CHOLOMA II

1.1.1 Reseña de la Organización

1.1.2 Historia

En 1953 comenzó el viaje, Juan M. Canahuati hace su primer viaje de negocios a Honduras, donde conoció a su esposa Erlinda Canahuati y se casó en 1954. Ambos realizan su primer esfuerzo empresarial donde abrieron su primera tienda llamada “Las Tres B”, que se convirtió en una prestigiosa tienda, Se inician en el mundo textile en el año de 1957, Juan Canahuati viajó a Nueva York para comprar telas y prendas para vender localmente, en 1964 Se estableció la primera planta de fabricación para producir productos terminados para la marca Lovable, Elcatex nace en el año de 1984, fundación de la fabrica textil, nucleo de las operaciones actuales del gurpo, el primer paso hacia la integración vertical fue el establecimiento de Elcatex, una fabrica textil capaz de tejer, terminar y cortar la tela en el mismo lugar, La funadación de Parques Industriales le dio al Grupo Elcatex una ventaja competitiva con beneficios de la Zona de Libre Comercio en el año de 1989.

En 1994 se dio paso al primer proyecto de generación de energía, dando acceso a energía fiable a un precio competitivo, con la necesidad de energía sostenible en el año 2014, Elcatex fue pionera en la invención de un proceso circular único con la generación de energía con biomasa, en el 2018 la producción de hilos de filamentosde poliéster Utexa nació dando al grupo una ventaja competitiva en el negocio de los sintéticos, Rethink nació en el año 2019 para salvar el mundo a través de la innovación. Proporciona soluciones a los problemas más importantes del mundo: el consumo de energía y el uso del agua, el desarrollo de las personas en una organización es clave para mantenerse a

la vanguardia. La universidad Corporativa de Elcatex se creó en el mismo año para proporcionar un entorno para que los empleados sean creativos e innovadores.

1.1.3 Visión

Ser la organización de fabricación textil líder en el mundo.

1.1.4 Misión

Liderar una cultura de mejora continua a través de procesos, productos y servicios innovadores que maximicen el valor para nuestros clientes, asegurando la sostenibilidad y el desarrollo integral de nuestros colaboradores.

1.1.5 Valores Fundamentales

- Competitividad
- Responsabilidad
- Desarrollo
- Calidad

1.1.6 Productos & Servicios

- Sintéticos
- Ropa interior
- Camisetas
- Ropa médica

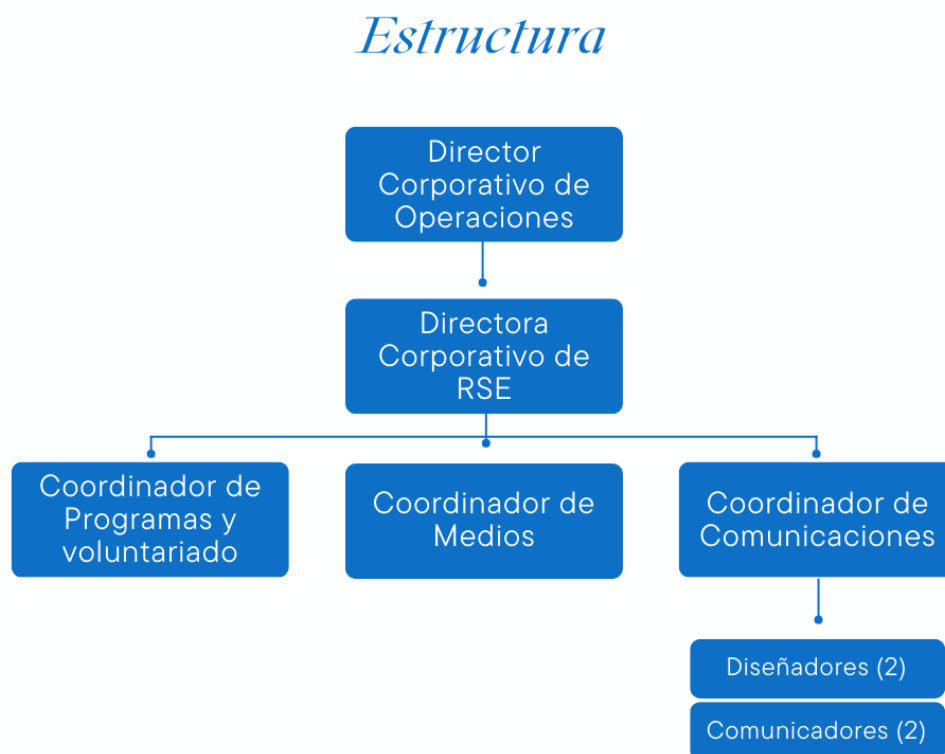
1.1.7 Proyectos Destacados

- Campaña Cuida que se agota (2022) (Campaña de concientización sobre el cuidar el agua).
- Campaña de migración (2021) (Campaña para concientizar a las familias sobre los riesgos de emigrar hacia otras fronteras).

1.1.8 Estructura Organizacional

A continuación se muestra la representación gráfica del departamento de Responsabilidad social empresarial y comunicaciones en la Ilustración 1. En la parte superior se encuentra el director corporativo de operaciones, quien debe delegar directamente a los subordinados, seguidamente se encuentra la directora corporativo de Responsabilidad Social Empresarial quien se encarga de supervisar toda el área incluyendo comunicaciones, por la parte de RSE se encuentra el coordinador de programas y voluntariado, el coordinador de medios quien se encarga de gestionar las redes sociales, por último están los diseñadores dos diseñadores gráficos y dos editores.

Ilustración 1. Estructura organizacional departamento de RSE y Comunicaciones



1.1.9 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica

La práctica profesional se llevó a cabo en el departamento de comunicaciones, donde se encargan de identidad visual, gestión y creación del contenido audiovisual para uso interno y externo de la organización, está conformado por la directora corporativa de responsabilidad social empresarial y comunicaciones, dos diseñadores gráficos que se encargan de los artes visuales digitales e impresos, dos editores de videos que cumplen la función de grabar y editar videos dentro y fuera de la organización, los productos y servicios que el departamento de comunicaciones deben entregar:

- Boletines informativos semanales
- Manuales de marca
- Guiones y Videos organizacionales
- Artes digitales e impresos
- Plantillas para presentaciones
- Cobertura audiovisual de eventos organizacionales
- Organización y gestión de eventos

1.2 Objetivos de la Práctica Profesional

1.2.1 Objetivo General

Aplicar los conocimientos y habilidades profesionales adquiridas a lo largo de mi formación universitaria en la carrera de comunicación audiovisual y publicitaria en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), permitiendo así proponer nuevas ideas y mejoras, y adquirir experiencia laboral mediante las responsabilidades y tareas asignadas en el área de comunicaciones y responsabilidad social empresarial del Grupo Elcatex.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1.2.2.1. Identificar las áreas de mejora por medio de los procesos empresariales realizados para poder optimizar las funciones dentro del departamento de comunicaciones.
- 1.2.2.2. Emplear de manera creativa, eficiente y organizada todas las asignaciones laborales con el fin de impulsar la competencia colaborativa y experiencia en el área de comunicaciones.
- 1.2.2.3. Diseñar nuevas estrategias para implementar en las redes sociales con el propósito de emplear mejoras en la comunicación digital.

CA PÍ TU LO II

Actividades
Asignadas y
Realizadas

Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

El departamento de comunicaciones cuenta con distintas áreas en las cuales se desarrollan distintas actividades, dentro de la cual se asignó al practicante el rol de creadora de contenidos y gestora en redes sociales, donde desempeño distintas responsabilidades como, apoyo multimedia en eventos y actividades del Grupo (fotos y vídeos), generación de contenido para las plataformas sociales, seguimiento y publicación en las plataformas digitales, alimentación del banco de imágenes para diseños corporativos, diseño de artes para fechas especiales, apoyo en organización de eventos, todas las actividades fueron previamente evaluadas y corregidas por el coordinador de comunicaciones corporativas.

2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

2.2.1 Elaboración de calendario editorial para redes sociales

El calendario editorial te permite tener en cuenta la evolución de la estrategia de marketing de contenidos, los formatos que mejor acogida tienen y el público al cual se va a dirigir. (wearecontent, 2022).

El departamento de comunicaciones realiza mensualmente un calendario editorial para establecer y gestionar el contenido con el objetivo de publicarse diariamente en sus plataformas digitales (LinkedIn, Facebook y Twitter), la cual tiene como objetivo organizar, ser constante y eficaz en la estrategia de contenido digital.

En este caso, el practicante lo elaboró sobre una plantilla de excel, donde comienza a establecer los temas tomando como punto de búsqueda los contenidos en OneDrive¹, a partir de estos temas se definen los objetivos (Educar, Engagement², Tráfico web³) a los que se quiere alcanzar con el contenido específico, posteriormente, la red social a la que se publicará, se analiza el copy⁴ de cada uno de los distintos temas, los respectivos hashtags⁵, tipo de contenido (si aplica) y para finalizar las especificaciones del contenido (si aplica), durante la realización del calendario se creó una carpeta en la cual se organizó todo el material que se utilizará para la publicación del contenido y se subió a una carpeta en OneDrive para evidenciar y mantener la información al alcance de todos. En el Anexo 1 se muestra el formato del calendario.

2.2.2 Cobertura de charla “Estimulación Temprana”

La cobertura de eventos en redes sociales es fundamental para cualquier empresa en proceso de transformación digital. Este tipo de eventos cubiertos a través de Social Media garantiza un buen crecimiento en popularidad e imagen de marca. (NeuronaDigital, 2021).

Grupo Elcatex está comprometido con el bienestar de todos sus empleados, es por eso que se ha creado un programa sobre cuidando mi familia, brindando una charla a todas las madres o futuras madres que quieran aprender sobre la estimulación temprana a

¹ Ver glosario: “OneDrive”

² Ver glosario: “Engagement”

³ Ver glosario: “Tráfico Web”

⁴ Ver glosario: “Copy”

⁵ Ver glosario: “Hashtags”

niños de 0 a 1 año de edad, con el propósito de brindarle aprendizaje a las distintas madres dentro del Grupo.

Viernes 14 de octubre, en Villanueva Cortes, se realiza la visita a las instalaciones de San John, donde se llevó a cabo la charla de Estimulación Temprana, se realizó videos y fotografías documentando las diferentes actividades, para comenzar se tomó fotografías en plano general, donde se enfoca en la actividad que se realizaba por grupo, luego se tomó fotografía plano detalle de los trabajos realizados y del material impreso que se brindó en la charla, posteriormente se hizo video de las dinámicas de cada grupo, al finalizar se seleccionaron tres personas para hacer una pequeña entrevista donde se realizaron las siguientes preguntas:

1. ¿Es mamá o cuidadora?
2. ¿Cómo ha sido la experiencia de los talleres?
3. ¿Qué mensaje quiere darle a Grupo Elcatex que ha organizado estos talleres?
4. ¿En que le ha ayudado este taller?
5. ¿Ha puesto en práctica lo aprendido en los talleres?

Luego de grabar todas las respuestas planteadas de cada una de las tres mujeres se les tomó una fotografía del rostro de cada una de ellas, al finalizar se sube todo el material que se obtuvo de la charla a una carpeta que posteriormente se sube al OneDrive.

Como última parte esta la realización de los artes finales donde a partir de todo el contenido, se redacta cada una de las historias utilizando el programa de Microsoft Word, posteriormente se realizó un diseño de plantilla para publicar en las redes sociales, color azul y blanco para el fondo, se utilizó la tipografía de Montserath y sus variaciones de color lanco y gris, el logo del Grupo Elcatex y el logo de Bienestar quienes son los que realizan la actividad. Ver Anexo 2.

2.2.3 Elaboración de artes para redes sociales “Historia de éxito”

Las plataformas públicas de medios sociales como Facebook y Twitter pueden ayudar a una organización a mantenerse cerca de sus clientes y llevar a cabo la investigación para mejorar los procesos de negocio y operaciones. (TechTarget, 2021).

Dentro de la empresa Grupo Elcatex, se hace mucho énfasis en el crecimiento de cada uno de los empleados, es por ello que compartir las historias de los empleados permite resaltar este crecimiento personal y laboral, que tiene como objetivo inspirar, compartir y retribuir a esas personas cuyas historias demuestran éxito y superación.

Como parte de la realización del contenido previamente planificado en el calendario editorial, como ser, las historias de éxito de los empleados de distintos cargos, se tomó el contenido de estas historias y fotos obtenidas en el material de OneDrive para realizar dos plantillas por historia, estas se realizaron en Adobe Illustrator⁶, siguiendo la línea gráfica⁷ ya establecida por la empresa, se tomó las medidas de cada uno según

⁶ Ver glosario: “Adobe Illustrator”

⁷ Ver glosario: “Línea gráfica”

la idea principal del arte, utilizando el logo de la marca y con un diseño sencillo, acorde a la imagen general de la empresa, se adaptó el primer arte realizado y se obtuvieron plantillas para editar el resto de las otras tres historias restantes que serian publicadas una por semana

Para finalizar estas se publican en LinkedIn y Facebook con el copy “Conoce a nuestra gente, quienes trabajan para transformar y liderar nuestro crecimiento. Hoy te presentamos a Edwin Teruel”, seguido de los hashtags #GrupoElcatex #talentohumano #Lideramos. Todo el proceso de la realización hasta su publicación se encuentra en el Anexo 3.

2.2.4 Cobertura campaña sobre lucha contra el cáncer de mama

Las campañas sociales pueden ser fuente de inspiración para importantes cambios en la sociedad. (Giraldo, 2019).

Las diferentes empresas del Grupo Elcatex realizan diversas campañas sociales para concientizar a los empleados sobre temas importantes del desarrollo social, teniendo como objetivo difundir los mensajes a los diferentes medios digitales de la empresa.

El miércoles 26 de octubre, en la planta industrial de San Lucas Apparel se lleva a cabo el evento sobre la lucha del cáncer de mama, en el cual se documentó esta actividad a través de fotografías con el objetivo de poder transmitir todo lo que se realizó en esta actividad, como la entrega de listones rosados, actividades de preguntas para participar por una camisa gratis sobre la temática, así mismo se procedió a documentar la actividad al aire libre del listón de la lucha contra el cáncer realizado por los empleados

del área operativa, este se realizó con la ayuda de un dron para poder captar desde la altura la imagen a transmitir, una vez realizadas las fotografías y videos se sube todo este contenido a OneDrive para posteriormente enviarlas mediante Teams a las personas encargadas en recursos humanos de San Lucas Apparel y puedan utilizar las fotografías para uso interno dentro de las instalaciones.

Para la publicación en las redes sociales y boletín informativo utilizando el copy “Como parte de nuestro propósito de cuidar a nuestra gente, San Lucas Apparel realizó diversas actividades con el objetivo de concientizar y promover en sus colaboradores el hábito de la prevención y autocuidado en el marco de la conmemoración al Día del Cáncer de Mama. Algunas de las fotografías realizadas dentro de las instalaciones están proyectadas en el Anexo 4.

2.2.5 Cobertura evento de premiación Colegio Médico

Grupo Elcatex cuenta con varias clínicas médicas dentro de cada uno de sus parques que brindan atención a cada uno de sus colaboradores, y cada año sus médicos forman parte de la premiación SME (Sistema Médico de Empresas) que realiza el Colegio Médico, durante todo el evento se tomó fotografías y videos para documentar este hecho importante para la empresa, fue el 10 de noviembre donde Grupo Elcatex y sus médicos se llevaron tres premios importantes, la mejor fotografía, médico del año, mejor Grupo, se realizó una entrevista a una médica ganadora del premio “Médico del año”, la entrevista consistió de dos preguntas importantes, la primera, ¿Que la motivó a poder ganarse este premio tan importante? Y la segunda, ¿que consejos le daría a los

demás médicos como incentivo hacia el siguiente año?, esta entrega de premios se basó en la experiencia y reconocimientos que tuvieron los médicos al igual de como fue su desempeño como grupo en el año del 2022, esta noticia se compartió en el boletín informativo para que pueda llegar a todos los colaboradores dentro de la empresa. Ver Anexo 5.

2.2.6 Recopilación de Historias Allmade

La capacidad de crear diseños que transmitan sensación de coherencia, equilibrio y personalidad, con una buena combinación de elementos que se tienen que saber armar y organizar para conseguir un diseño sólido profesional. (Allan, 2021).

Las historias Allmade, son historias de los colaboradores que algunos clientes de Grupo Elcatex buscan tener para conocer a sus colaboradores y que estos puedan servir como inspiración, se buscan perfiles de trabajadores que llevan bastantes años y así puedan contar una experiencia completa del Grupo y como les han abierto las puertas para llegar a lo que son hoy en día gracias a la oportunidad que se les ha brindado. Como primer paso, se escogen las personas correctas a las cuales se les hará la entrevista, se prepara a realizar las preguntas que se les llevará a cada persona, estas preguntas siempre están relacionados a su trabajo y su área y son las mismas para todos los colaboradores.

1. ¿De donde es originaria/o?
2. ¿Qué estudio qué estudia?

3. ¿Está casada/o tiene hijos?
4. ¿Dónde vive actualmente?
5. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
6. ¿Cuáles son sus sueños o metas? ¿Si ha logrado uno de esos sueños y metas que nos pudiera compartir?
7. ¿Cuáles son dos fortalezas que tenga?
8. ¿Cuántos años tiene de laborar para el Grupo?
9. ¿Qué posición desempeña?
10. ¿Cuál es su motivación en seguir en la empresa?
11. ¿Cómo se presentó en la oportunidad de trabajar con nosotros? ¿En qué posición inició?
12. ¿Cómo ha sido la experiencia a lo largo de los años?
13. ¿Cuál ha sido el reto más grande de trabajar aquí?
14. ¿Le gustaría enviar algún mensaje a sus compañeros del grupo?
15. ¿Algo más que le gustaría agregar?

Luego se realizan las respectivas citas fijando fechas y horario para impartir las entrevistas, se realiza un pequeño documento donde se solicitará la firma de esa persona para que se pueda utilizar su historia y su fotografía, una vez finalizada la entrevista en audio grabando en notas de voz y la toma de fotografías se sube el contenido a One Drive y este mismo es redactado y resumido lo más posible para que el lector pueda leer lo más importante, se realiza el diseño en Adobe Illustrator y luego

se colocara la fotografía, todas las historias están traducidas en inglés, se obtienen dos versiones de estas historias. Ver Anexo 6.

Se entrevistaron a seis personas, tres de San Lucas ubicado en Choloma, y los otros tres se realizaron en St. Johns ubicado en Villanueva, donde se tuvo que planificar el viaje debido al tiempo que se toma el poder llegar hasta el parque.

2.2.7 Cobertura Evento BID

El evento se llevó a cabo el primero de diciembre del 2022, en el Club Hodnureño Arabe, donde asistieron varias mujeres de distintos rubros, donde han sido emprendedoras o han llegado a crecer en el ámbito laboral por medio de su esfuerzo y dedicación en donde su género ha cambiado la mentalidad de muchas personas internas y externas del ámbito laboral.

Para este evento se necesitó ciertos materiales ya que se debía de dar ciertos regalos como una agenda y pluma personalizada del Grupo Elcatex, folder con páginas para las actividades que se van a realizar, todo para los invitados de la charla, y para las conferencistas, se realizó una foto de fotografías en toda la duración de las charlas y actividades que se dieron en el transcurso de la Conferencia. Ver Anexo 7.

Se realizó unas entrevistas a tres mujeres quienes fueron invitadas al evento, tenemos como primera candidata a Eileen Echeverry, Eva Zelaya y Xiomara Fuentes, quienes a través de sus historias logran capturar la esencia del rol de la mujer, también se

realizaron preguntas sobre cómo ellas como mujeres han podido ser tomadas en cuenta para realizar el trabajo y sobresalir en sus empresas y emprendimientos, estos videos fueron subidos a OneDrive para luego poder editarlos y que lo puedan subir y utilizar para uso interno y externo dentro de la empresa. Ver Anexo 8.

2.2.8 Video Fundación Mhotivo

La gran mayoría del contenido de vídeo corporativo está en Internet, se publica en la página del sitio web de la empresa y se distribuye a través de las redes sociales o el marketing por correo electrónico. El contenido del vídeo corporativo está dirigido a los principales datos demográficos o internos de esa empresa. (Casas, 2022).

Fundación Mhotivo es uno de los proyectos de los cuales Grupo Elcatex está involucrado, se trata de una institución no gubernamental donde ayudan a los niños a tener una buena educación bilingüe enriquecido con valores fundamentales para el desarrollo personal y profesional de una persona.

Como primer paso para realizar este video se establecieron los objetivos con el fin de entender el propósito principal de este, se establecieron los siguientes:

- Tener un video que represente la organización, que puedan compartir con todos sus asociados, sus visitas e interesados en apoyar la educación de Honduras a través de Mhotivo.

- Que motive, conmueva e inspire a apoyar esta noble causa para recibir una gratificación a través del éxito de todos los niños que apoyan con su maravillosa bondad de corazón.

Se definieron las siguientes palabras claves: dar a conocer, conmover, inspirar, llamar a la acción, gratificación.

El principal público meta son personas que apadrinan niños en Mhotivo, potenciales nuevos padrinos para los niños que son futuras promesas de Honduras, Visitas y maestros y cualquier persona que tenga una relación con Mhotivo.

Se realiza un moodboard⁸ de referencias visuales y se prosigue a realizar un guión literario como parte de la propuesta inicial del video. Ver Anexo 9.

Una vez aprobada la propuesta se prosigue a coordinar las fechas para la grabación, las cuales se realizaron en tres días. Para esta producción se llevaron dos trípodes⁹ para la cámara, dos cámaras fotográficas para grabar video, tres micrófonos para realizar las entrevistas que forman parte de los videos, luces led para video. Los diferentes spots para realizar las entrevistas fueron realizados tomando en cuenta la localización, luz y utilería para colocar a la persona en un buen punto focal.

⁸ Ver glosario: "Moodboard"

⁹ Ver glosario: "Trípodes"

La toma de niños fue bastante espontánea ya que se quiere lograr captar momentos agradables donde se muestran los rostros de los diferentes niños, la toma de los edificios se realizó con el dron¹⁰ desde una gran altura para captar todo el área.

Cada uno de los videos obtenidos dentro de los tres días de grabación fueron editados en Adobe Premiere Pro¹¹, Adobe After Effects¹² y previamente descargado en Adobe Media Encoder¹³, y estos se fueron uniendo conforme al guión que fue descrito inicialmente, este proceso fue realizado en alrededor de dos horas y con los cambios solicitados en tiempo y forma, los efectos de sonido fueron extraídos en una aplicación web de pago donde se encuentran distintos sonidos y música de fondo.

El producto final entregado tuvo una duración de cuatro minutos y cuatro segundos con intro y con el final donde se encuentra el logotipo y un mensaje final para esos patrocinadores potenciales. Ver Anexo 10.

¹⁰ Ver glosario: “Dron”

¹¹ Ver glosario: “Adobe Premiere Pro”

¹² Ver glosario: “Adobe After Effects”

¹³ Ver glosario: “Adobe Media Encoder”

Actividades de Mejora Implementadas

- Propuesta de diseño en artes gráficos: utilizando el manual de identidad corporativa¹⁴ de la empresa, se realizó la propuesta para las historias de éxito que se publicaron en las redes sociales, las medidas del arte, la ubicación de los colores, y la colocación de la fotografía fue implementado como mejora visual.
- Realización de cápsulas de video¹⁵: la empresa cuenta con bastante material de video, estos se tomaron y realizaron distintas cápsulas de varios segundos con el objetivo de postearlos en redes sociales.
- Realización de guiones para video: realización de guiones de video, donde se desarrolló como objetivo de ahorrar tiempo al momento de hacer una grabación o entrevista, para llevar claro sobre que se hará en los distintos casos de grabación y ahorra tiempo lo menos posible, se implementó en el video para Fundación Mhotivo.
- Propuesta de reuniones para cada uno de los proyectos con todo el grupo para compartir ideas creativas y entender cada uno de los proyectos para propuestas de artes visuales y audiovisuales conociendo todos los aspectos que se requiere del trabajo.

¹⁴ Ver glosario: “Manual de identidad corporativa”

¹⁵ Ver glosario: “Cápsulas de video”

**CA
PÍ
TU
LO III**

Propuesta de
Mejora

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1 Problema Identificado

El departamento de comunicaciones es nuevo dentro de la empresa, tiene dos años desde que Grupo Elcatex decide incorporarlo dentro de su empresa, no hay un encargado que maneje las redes sociales, desde la creación del contenido hasta los copys para su publicación, muy pocas personas tanto dentro de la empresa como externas tienen poco conocimiento de las plataformas digitales con las que cuenta el Grupo Elcatex, tales como LinkedIn, Facebook, Twitter y Youtube, así como también no conocen la información y anuncios importantes que se proporciona en cada una de ellas.

3.2 Soluciones Identificadas

- Promocionar las distintas plataformas con las que cuenta la empresa.
- Actualizar a los colaboradores sobre todas las plataformas digitales del Grupo Elcatex.

3.2.1 *Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto*

Producto audiovisual para aumentar el conocimiento de las plataformas digitales.

3.2.2 *Objetivos del Proyecto Propuesto*

3.2.2.1. Reconocer las diferentes plataformas digitales con las que cuenta la empresa Grupo Elcatex.

3.2.2.2. Señalar la información y anuncios que se pueden encontrar en las distintas plataformas digitales con las que cuenta el Grupo Elcatex.

3.2.2.3. Generar más seguidores para aumentar el engagement dentro de las distintas publicaciones en las distintas plataformas digitales.

3.2.2.4. Efectuar interacción en las diferentes redes sociales.

3.2.3 Alcances del Proyecto

La presente propuesta ha quedado en una fase de investigación y realización, logrando establecer todos los componentes necesarios para conectar y concretar la propuesta con los objetivos principales del proyecto, se cuenta con un prototipo el cual se ha implementado con la línea gráfica y todos los elementos oficiales dentro del manual de identidad corporativa del Grupo Elcatex.

3.2.4 Componentes del Proyecto

- Realización de guión técnico para estructurar el contenido narrado.
- Grabación de audio
- Edición de audio con efectos de sonido desarrollado en Adobe After Effects
- Grabación de pantalla y captura de las diferentes redes sociales
- Realización de video con el programa Adobe After Effects

3.3 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

Una vez conociendo los antecedentes actuales que conforman las redes sociales de la empresa en el mes de diciembre del año 2022, se procedió a la realización de un guión técnico en el cual se implementó todas las ideas principales que se querían plasmar desde el inicio del proyecto, como siguiente paso se grabó la pantalla desde el celular de las plataformas digitales (Facebook, LinkedIn, Twitter y Youtube) y a la vez diferentes capturas de pantalla, grabación de voz, en este caso buscamos una voz que

fuera juvenil y amigable ya que se requiere invitar a la gente a seguirnos en las redes sociales, con la grabación de audio se desarrolló a edición de audio con el programa de Adobe Premiere se agrego una serie elementos como música de fondo, efectos de sonido alrededor de 6 diferentes efectos, y arreglos en la voz.

Una vez recopilado todo el material necesario para empezar a desarrollar el video, se comenzó con su realización, utilizando el programa de Adobe After Effects se utilizó un fondo blanco y en la parte inferior, una línea en colores degradé utilizada mayormente en los arte de la empresa, se coloco el logo en las diferentes escenas, también se obtuvo un mockup de un celular el cual tenga dinamismo haciendo diferentes transiciones a medida avanza el video logrando realizar giros y desplazarse para que exista movimiento en cada escena para hacer más dinamismo.

Para finalizar se coloca las diferentes capturas obtenidas de las plataformas digitales con los que cuenta la empresa así como tambien los videos de las redes sociales acopladas al mockup implementado principalmente, se utiliza la tipografía montserrat bold, montserrat regular, montserrat bold italic con distintos tamaños según se vean mejor visualmente y con los colores característicos de la empresa, se coloca el audio y se modifica para que este encaje con el video con el programa de Adobe After Effects.

3.3.1 Fases del Desarrollo del Proyecto

- Para la realización del producto audiovisual se comenzó con el diagnostico general del departamento de Comunicaciones y como poder mejorar el área

dependiendo de sus necesidades, analizando sus redes sociales estas fueron creadas en Enero del 2022, se muestra poca actividad de parte de la empresa, poca interacción de parte de los usuarios, pocos seguidores e inconsistencias en ciertas redes sociales.

Ilustración 2 Facebook Antecedente diciembre 2022

Cuidamos, Cuidamos, Hacemos la Diferencia.

GRUPO ELCATEX
Lideramos. Cuidamos. Hacemos la Diferencia.

Grupo Elcatex Honduras
1,2 mil Me gusta • 1,6 mil seguidores

Publicaciones Información Fotos Videos

Detalles
Organización de manufactura textil referente a nivel mundial.

Grupo Elcatex Honduras
14 de diciembre de 2022 · 🌐
Alineados con nuestro Compromiso con la Comunidad, este 2022 reiteramos nuestro apoyo a iniciativas de impacto social como

FUNDACIONKAFIE.ORG
Fundación Kafie y el Hospital Leonardo Martínez organizan brigada de urología con especialistas...

1

Me gusta Comentar Compartir

I.E.A.
#GrupoElcatex #Reciclaje #EFND ... Ver más

17

2 veces compartido

Me gusta Comentar

Ilustración 3 YouTube Antecedente diciembre 2022

Ilustración 4 Twitter Antecedente diciembre 2022

Ilustración 5 LinkedIn Antecedentes diciembre 2022

Sobre nosotros

RUBRO TEXTIL

El rubro textil es una de las áreas más competitivas del grupo. Cuenta con tres empresas en este rubro,

juntos.

Agradecemos también la oportunidad de participar como patrocinadores en esta conferencia de enriquecimiento profesional.



95 · 1 comentario

Recomendar Comentar Compartir



GRUPO EL CATÉX APOYANDO A LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE DONACIÓN DE 79 PUPITRES
<https://www.elcatex.com>

60 · 2 comentarios

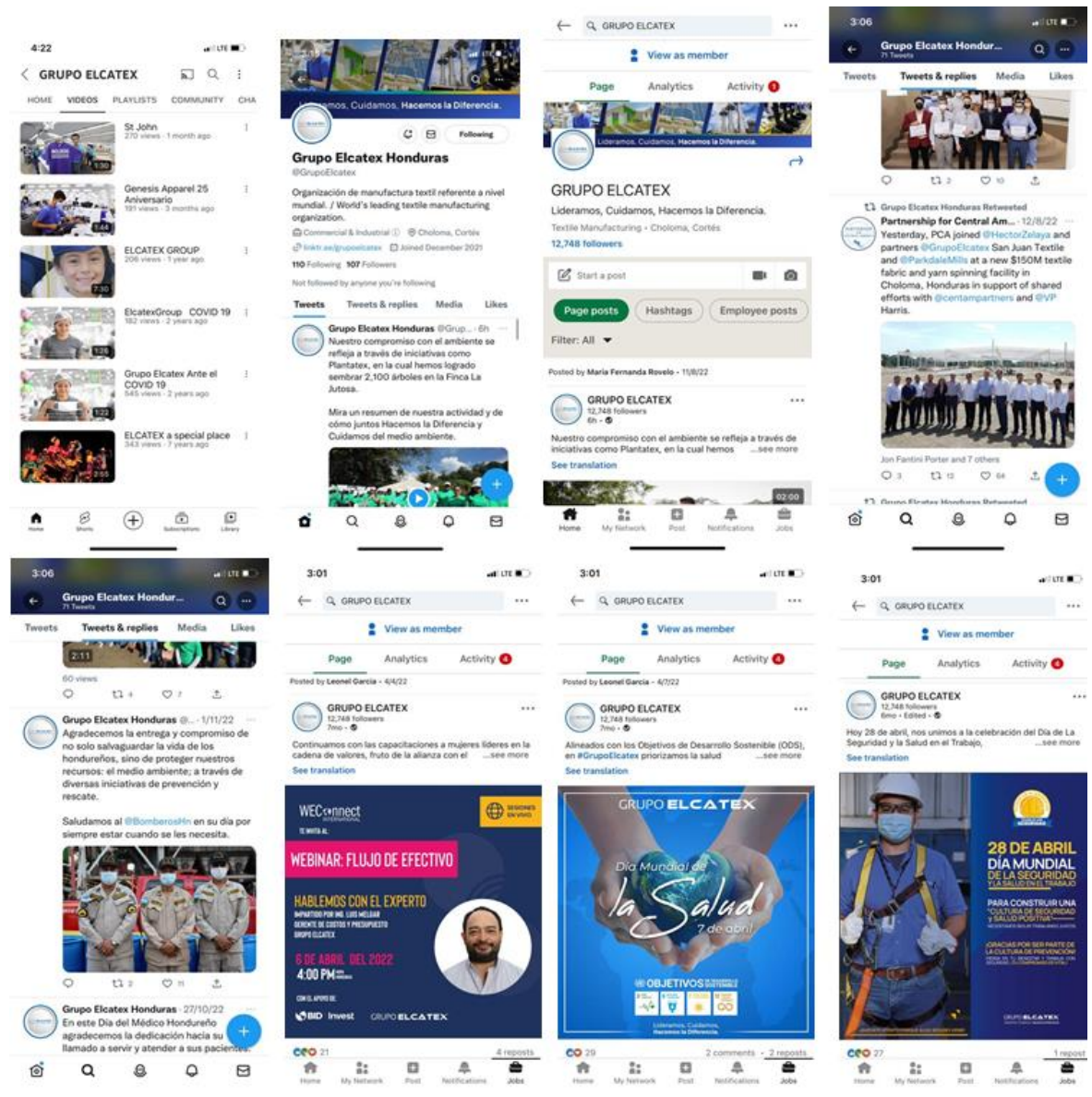
Recomendar Comentar Compartir

Grupo Elcatex Honduras
 14.001 seguidores
 3 meses

- Recopilación de material que se utilizara en el video: todos los datos de la empresa junto con todo el material visual para poder entender y conocer de la

empresa se obtiene a lo largo de las semanas en las que se realiza la práctica profesional para su buen uso y manejo, se utilizan aproximadamente 15 capturas de pantalla de las diferentes redes sociales, y video de pantalla de las redes sociales, haciendo scrolling en las distintas publicaciones.

Ilustración 6 Capturas de pantalla de las redes sociales



- Generación de Guión: Se parte de un guión literario para poder presentar la idea principal de la pieza audiovisual que va a decir, al mismo tiempo se hace una pequeña presentación para exponer las ideas.

Ilustración 7 Guón literario

Guión Literario Video Promoción para las redes sociales

Te invitamos a conocer más del Grupo Elcatex, comparte y conecta en nuestras redes sociales,

Buscanos como Grupo Elcatex Honduras en Facebook, LinkedIn y Twitter y enterate de todas nuestras actividades,

Síguenos en nuestras cuentas y se parte de nuestra comunidad,

En Grupo Elcatex Lideramos, Cuidamos y Hacemos la Diferencia.

- Grabación de voz: Se utiliza la voz masculina que cumpla con las características principales de lo que se quiere transmitir con la pieza principal de este video, se repite todo lo que se encuentra en el guión literario cuantas veces sea necesario hasta lograr el resultado que se quiere plasmar.
- Edición de audio: Para este apartado se utiliza el programa de Adobe Premiere el cual se coloca la grabación de voz principal al programa para luego ajustar los sonidos, haciendo énfasis en ciertas palabras, y llegando así a colocar lo que son efectos de sonido donde se consiguen en una aplicación web de descarga gratis, y diferentes elementos para llegar a una armonización de elementos,

evitando un sonido plano, dándole vida al audio que es una pieza esencial dentro del video.

- Creación de video: con todo el material obtenido se comienza a realizar la pieza audiovisual, como primer paso utilizamos un mockup de celular Iphone donde se comienza animar en el programa de Adobe After Effects para crear distintos efectos como movimientos rotativos, enlazados y entre otros, se prosigue a colocar el logo como cortina de entrada del video, luego permanece de manera pequeña en todas las escenas.

Se utiliza el fondo blanco en todas las escenas excepto una que cambia a ser azul para darle un mejor contraste con el elemento principal, ahí se coloca un logo en escala de blancos para mejorar el contraste, las capturas y videos se van poniendo individualmente en cada una de las plantillas del celular, ajustándose a las medidas necesarias, se escribe texto en algunas escenas para hacer énfasis en ciertas frases importantes y captar la atención de las personas, para finalizar se exporta el video y se coloca en Adobe Premier para poder ajustar el audio con el video y ajustar ciertos sonidos que vayan de acorde a lo movimientos generales del video, cambios y modificaciones después de presentada la primera propuesta se realizaron en el transcurso de las siguientes semanas.

Ilustración 8 Escenas del video para redes sociales

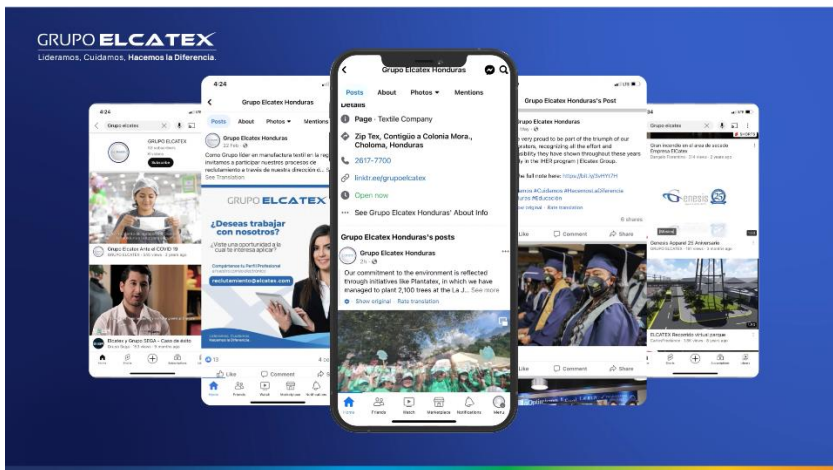


Ilustración 9 Escenas del video para redes sociales



Ilustración 10 Escenas del video para redes sociales

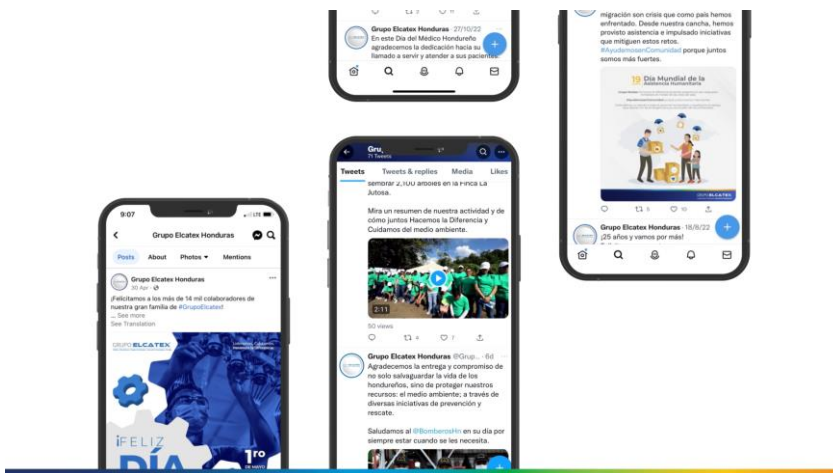


Ilustración 11 Escenas del video para redes sociales

GRUPO **ELCATEX**
Lideramos, Cuidamos, Hacemos la Diferencia.

**CONOCE MÁS DE
GRUPO ELCATEX**



3.3.2 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

El presente Diagrama se reflejan los meses, semanas y las diferentes tareas que se llevaron a cabo para realizar este proyecto, es importante destacar que varios procesos están siendo realizados en tiempo y forma, desde el desarrollo del guión técnico, grabación de audio y recopilación de información, hasta el producto final tomando en cuenta los diferentes cambios que se tuvieron que realizar para llevar a cabo con éxito la propuesta.

El tiempo estimado se implementó de acuerdo a los espacios proporcionados por la empresa y los tiempos con los que contaba.

Ilustración 12 Diagrama de Grantt trabajo video promocional

Diagrama de Gantt: Video Promocional

	Noviembre				Diciembre			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Desarrollo Guion Tecnico		▬						
Grabación voz			▬					
Edición audio		▬	▬					
Creación de video				▬	▬			
Implementación elementos					▬			
Recopilación información		▬						

3.3.3 Presupuesto Requerido

Dentro del presupuesto principal tenemos los gastos principales de todo el proyecto en donde la empresa tendría que realizar un pago monetario por el trabajo realizado si este lo haría una persona contratada por la empresa, principalmente tenemos al locutor quien hace la voz principal dentro de todo el proyecto, este debe ser de género masculino y tener una voz fuerte y concisa, como segundo punto importante esta el editor de audio y editor de video quienes se encargan de darle vida a toda la propuesta

inicial, cada uno de los precios descritos abajo son cotizados a la fecha de diciembre del 2022.

Ilustración 13 Presupuesto de gastos video promocional

PRESUEPUESTO

PROPUESTA VIDEO PROMOCIÓN REDES SOCIALES

FECHA	TRABAJO	CATEGORIA	CANTIDAD
2022	Locutor		3,000 lps
2022	Edición audio		4,240 lps
2022	Edición video		5,520 lps
TOTAL			12,760 lps

El segundo presupuesto presentado se realizó en base a la cotización de la empresa Tenloo Studio, quienes a partir del video mostrado realizaron una descripción sobre el video animado y nos dieron una cotización sobre los costos completos de la pieza audiovisual.

Ilustración 14 Presupuesto de gastos video promocional

tenloo studio Cotización

Dirección: La Ceiba, Atlántida, Honduras
 Teléfono: +504 9673-9384
 Correo: tenloobussines@gmail.com

Cotización: (910)
 Fecha: 1/30/23
 RTN: 01019021276070

Ciente

Nombre: Fernanda Rovelo
 Nombre de la empresa: Grupo Alcatex
 Dirección: San Pedro Sula

Descripción	Precio unit.	Cant.	Total
SPOT COMERCIAL ANIMADO	L.15,000.00	1	L.15,000.00
LOCUCIÓN 30S	L.2,500.00	1	L.2,500.00

Términos y condiciones

Para comenzar con el servicio se necesita hacer el pago del 50% y el otro 50% al finalizar.

Sub total: L.17,000.00
 ISV: L.2,550.00

TOTAL: L.19,550.00

Si usted tiene alguna pregunta sobre esta cotización, por favor, póngase con contacto con nosotros.

El tercer presupuesto, fue realizado por un freelancer que se dedica al rubro de la elaboración de videos animados, donde se realizó calculos de ambas partes tanto de la pieza audiovisual como también de la locución de este video en general.

Ilustración 15 Presupuesto de gastos video promocional

Pieza audiovisual video

Producto	descripción		precio
Video animado	video comercial de animación		L. 5,000
locutor	Locutor 30 segundos		L. 3,000
TOTAL			L.8,000

Notes:

3.3.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Para medir el funcionamiento de esta propuesta de video promocional para redes sociales se ha creado una tabla donde se ha evaluado la notoriedad, el engagement y los nuevos colaboradores o posibles clientes que se han sumado a la comunidad de las plataformas digitales.

Ilustración 14 Evaluación de KPI en redes sociales

	NOTORIEDAD	ENGAGEMENT	FIDELIZACIÓN
FACEBOOK	<ul style="list-style-type: none"> • Número de compartidos • Número de visualizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Me gusta • Cantidad de comentarios • Clicks / visitas al perfil 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevos seguidores • Cantidad de nuevas interacciones
YOUTUBE	<ul style="list-style-type: none"> • Número de compartidos • Número de visitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Me gusta • Cantidad de comentarios • Cantidad de No Me gusta 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevos seguidores • Cantidad de nuevas interacciones
LINKEDIN	<ul style="list-style-type: none"> • Número de compartidos • Impactos hashtags • Cantidad de repost 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Me gusta • Cantidad de comentarios • Cantidad de enviados 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevos seguidores • Cantidad de nuevas interacciones
TWITTER	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Re tweets • Impactos hashtags • Numero de visualizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Me gusta • Cantidad de comentarios • Cantidad de menciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevos seguidores • Cantidad de nuevas interacciones

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 Se logró aplicar todos los conocimientos y habilidades profesionales obtenidos sobre la comunicación audiovisual y publicitaria basados en la comunicación estratégica en Grupo Elcatex, ayudando a la mejora del área con la implementación de ideas según las necesidades que se presentan.
- 4.1.2 Se identificó áreas a mejorar dentro del Grupo Elcatex, dentro del departamento se implementó la propuesta de lograr tener más reuniones creativas para lograr comprender los trabajos asignados como cada una de las marcas con las que se trabajan dentro del Grupo, a su vez pequeñas mejoras visuales a los artes en redes sociales siguiendo el manual de marca ya establecido, e implementar estrategias para lograr tener mayor alcance en todas las redes sociales.
- 4.1.3 Dentro del departamento de comunicación se logró emplear todas las asignaciones que el equipo necesitaba lo cual logró mantener una competencia colaborativa y así impulsar la experiencia obtenida de manera profesional.
- 4.1.4 Se logró mejorar la comunicación digital comenzando con las publicaciones que se realizaron y la aportación de un calendario con contenido basado en las actividades realizadas por el Grupo y a la vez se emplearon mejoras en el área creativa para lograr mejorar las competencias del área de comunicaciones y RSE.

4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica

- 4.2.1 Grupo Elcatex ha mantenido una constante actualización en la manera de comunicarse, y un aspecto importante es que siempre se deben implementar propuestas que ayuden a elevar las redes sociales de la empresa, logrando así que esta sea reconocida tanto por los colaboradores como a clientes potenciales, logrando una mejor comunicación dentro y fuera de la organización.
- 4.2.2 Todas las actividades realizadas sirvieron tanto como aprendizaje personal como profesional, todas las mejoras enriquecieron todo lo que se aprendió durante cada semana, y reconocer la importancia del trabajo en equipo en el ámbito creativo ya sea de una pieza visual o audiovisual crea un ambiente de crecimiento y oportunidad.

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

- 4.3.1 Implementar capacitaciones o talleres relacionados al campo donde el estudiante realizará la práctica profesional, donde pueda conocer más sobre las diferentes responsabilidades de cada área.
- 4.3.2 Realizar una pequeña presentación sobre los últimos trabajos que se han realizado en el área para conocer actualmente lo que se trabaja que sirva de guía o pauta de conocimiento sobre futuros trabajos dentro de la organización, facilitando así el estudiante los métodos de trabajo.
- 4.3.3 Incentivar a los estudiantes a participar en talleres sobre el liderazgo y de la misma manera realizar talleres que ayuden a los estudiantes a desenvolverse

en el ámbito laboral, para llegar con mayor seguridad y determinación al momento de implementar estrategias de cambio.

- 4.3.4 Incentivar a los estudiantes a leer libros importantes que apoyen con el conocimiento de nuestras carreras y cómo implementarlo en los distintos campos de nuestra carrera.
- 4.3.5 Siempre ser un estudiante proactivo, implementar mejoras para cambiar o mejorar el área, esto ayudará a conocer las deficiencias que tiene el segmento y proponer cambios que beneficien a la organización.
- 4.3.6 Demostrar siempre compromiso e interés dentro de la empresa, participar en las conversaciones ya que esto creará contactos y referencias de forma personal y profesional.
- 4.3.7 Aplicar todos los conocimientos aprendidos durante toda la carrera académica, apoyarse con los catedráticos de diferentes áreas cuando se requiera, ya que esto facilitará la ejecución de cualquier idea a implementar dentro de la empresa.

**BI
BLIO
GRA
FÍA**

Bibliografía

(2022, Enero 18). Retrieved from wearecontent:

<https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/es-importante-un-calendario-editorial>

Academia de Diseño. (2020, Octubre 25). Retrieved from

<https://academiadedisenio.com/2020/10/25/que-es-el-media-encoder-cc/#:~:text=Adobe%20Media%20Encoder%20CC%20es,Premiere%20Pro%20y%20Adobe%20Prelude.>

Allan. (2021, febrero 17). *Diseño Grafico*. Retrieved from

<https://aquistamos.com/blog/es-necesario-diseno-grafico-empresa/?cn-reloaded=1>

Aula CM. (n.d.). Retrieved from Qué es copy en Marketing y Publicidad: Significado:

<https://aulacm.com/que-es/copy-marketing-publicidad-significado/#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20Copy%20es,de%20un%20producto%20o%20servicio.>

Calamo & Cran. (n.d.). Retrieved from ¿Para qué sirve After Effects?:

<https://www.calamoycran.com/blog/curso-after-effects/#:~:text=Adobe%20After%20Effects%20es%20un,nativas%20y%20plugins%20de%20terceros.>

Casas, L. (2022, mayo 9). *OCCAM*. Retrieved from

<https://www.occamagenciadigital.com/blog/qu%C3%A9-es-la-producci%C3%B3n-audiovisual>

- Equipo de expertos en Ciencias y Tecnologías. (2018, Marzo 21). *Universidad Internacional de Valencia*. Retrieved from ¿Qué es un dron y cómo funciona?: <https://www.universidadviu.com/int/actualidad/nuestros-expertos/que-es-un-dron-y-como-funciona>
- Giraldo, V. (2019, Agosto 12). *rockcontent*. Retrieved from <https://rockcontent.com/es/blog/campana-publicitaria/>
- Grapsas, T. (2020, marzo 19). *rockcontent*. Retrieved from <https://rockcontent.com/es/blog/trafico-web/>
- Ideas con Café*. (2020, Septiembre 10). Retrieved from Elementos que componen la línea gráfica.: <https://ideasconcafe.com/elementos-que-componen-la-linea-grafica/>
- Mafra, E. (2020, julio 1). *rockcontent*. Retrieved from <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-engagement/#:~:text=El%20Engagement%20puede%20definirse%20como,y%20mensajes%20de%20la%20misma.>
- Neoattack*. (2021, Mayo 11). Retrieved from ¿Qué es Adobe Illustrator?: <https://neoattack.com/neowiki/adobe-illustrator/>
- Perez, P. (2015, Febrero 2015). *Definición de Trípode*. Retrieved from <https://definicion.de/tripode/#:~:text=El%20tr%C3%ADpode%20fotogr%C3%A1fico%2C%20por%20ejemplo,el%20usuario%20toma%20una%20fotograf%C3%A1Da.>
- Seoane, M. S. (n.d.). *Design Thinking Gal*. Retrieved from ¿Qué es y para qué sirve un moodboard?: [https://designthinking.gal/que-es-y-para-que-sirve-un-](https://designthinking.gal/que-es-y-para-que-sirve-un-moodboard?)

moodboard/#:~:text=El%20moodboard%20es%20una%20herramienta,de%20ah%C3%AD%20lo%20de%20inspiraci%C3%B3n.

SharePoint Server. (2019). Retrieved from <https://support.microsoft.com/es-es/office/-qu%C3%A9-es-onedrive-profesional-o-educativo-187f90af-056f-47c0-9656-cc0ddca7fdc2#:~:text=OneDrive%20es%20el%20servicio%20en,lugar%20en%20todos%20tus%20dispositivos>.

Significados. (n.d.). Retrieved from Significado de Hashtags:

<https://www.significados.com/hashtag/#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20los%20hashtags,a%20su%20tema%20o%20contenido>.

Summa Blog. (2021, Julio). Retrieved from <https://summa.es/blog/manual-de-identidad-corporativa/>

TechTarget. (2021, julio). *Red Social Empresarial o ESN*. Retrieved from

<https://www.computerweekly.com/es/definicion/Red-Social-Empresarial-o-ESN#:~:text=El%20concepto%20de%20red%20social,comparten%20intereses%20o%20actividades%20similares>.

Treintaycinco. (2019, diciembre 18). Retrieved from ¿Qué es Adobe Premiere Pro?:

<https://35mm.es/adobe-premiere-pro-que-es/#:~:text=Adobe%20Premiere%20Pro%20es%20un,un%20est%C3%A1ndar%20de%20la%20industria>.

We are Video Content. (2022, noviembre 22). Retrieved from Cápsulas de video: por qué y cómo deberías utilizarlas:

<https://video.wearecontent.com/blog/videoclips/capsulas-de-video/>

**GLO
SA
RIO**

Glosario

1. OneDrive: es el servicio en la nube de Microsoft que le conecta a todos los archivos. Te permite almacenar y proteger tus archivos, compartirlos con otros usuarios y acceder a ellos desde cualquier lugar en todos tus dispositivos. (SharePoint Server, 2019)
2. Engagement: como el nivel de compromiso que tienen los consumidores y usuarios con una marca, y esto va más allá de la compra de sus productos o servicios. (Mafra, 2020)
3. Tráfico Web: es la cantidad total de datos que se envían y reciben a consecuencia de la actividad de los usuarios en una página web. (Grapsas, 2020)
4. Copy: texto creativo o conjunto de textos que se emplean en Marketing y Publicidad con una finalidad persuasiva orientada a transmitir un mensaje de cara a la conversión o venta de un producto o servicio. (Aula CM, s.f.)
5. Hashtags: una herramienta de comunicación utilizada fundamentalmente en las publicaciones (de texto, videos, audios, imágenes, etc.) en las redes sociales, para organizar, clasificar o agrupar las publicaciones de acuerdo a su tema o contenido. (Significados, s.f.)
6. Adobe Illustrator: 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. (Neoattack, 2021)

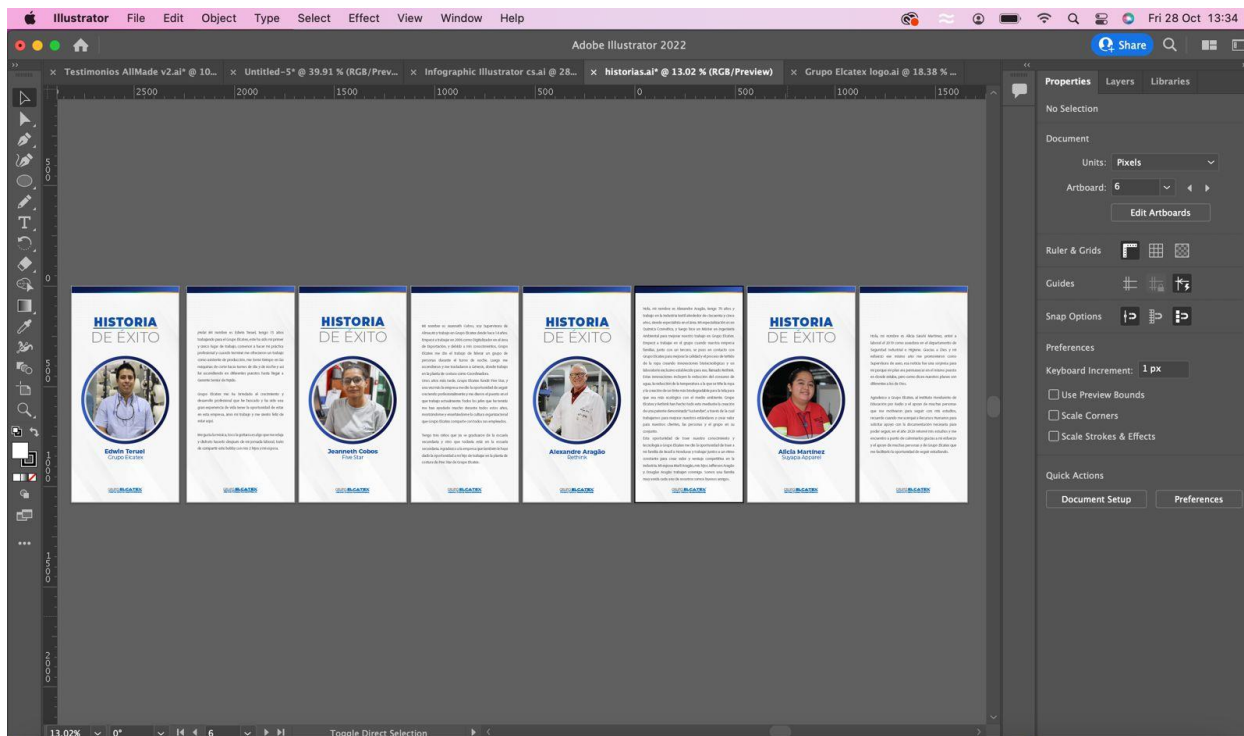
7. Línea gráfica: características que en conjunto conforman la identidad visual de una marca, es decir, es lo que la distingue de otras y permite que las personas puedan identificarla, en diferentes medios y plataformas. (Ideas con Café, 2020)
8. Moodboard: es una herramienta creativa que consiste en una visualización rápida de imágenes y palabras en un mismo soporte, a modo de lluvia de inputs que nos ayuden a preparar el cerebro para la fase de ideación de un proyecto, de ahí lo de inspiración. (Seoane).
9. Trípodes: se usa para fijar la ubicación de una cámara de fotos. Esto permite elevar la cámara y evitar que se mueva cuando el usuario toma una fotografía, de este modo, se garantiza que la imagen resultante sea nítida, ante la ausencia de movimiento, que suele causar un efecto «borroso». (Perez, 2015).
10. Dron: un vehículo que se controla por control remoto, que para elevarse utiliza la fuerza de giro de sus motores unidos a las hélices, con el objetivo de la captación de vídeos o imágenes desde el aire. (Equipo de expertos en Ciencias y Tecnologías, 2018).
11. Adobe Premier Pro: es un software de edición no lineal que permite editar videos, gráficos, audio, etc. Es uno de los programas más completos de este tipo, lo que le ha valido para convertirse en un estándar de la industria. (Treintaycinco, 2019)
12. Adobe After Effects: es un software de motion graphics y composición digital publicado por Adobe. Se usa principalmente para posproducción de imágenes en movimiento, animar, alterar y componer creaciones en espacios 2D y 3D con varias herramientas nativas y plugins de terceros. (Calamo & Cran, s.f.)

13. Adobe Media Encoder: es un programa de codificación de video independiente que permite codificar audio y video en una variedad de formatos de distribución. (Academia de Diseño, 2020)
14. Manual de identidad corporativa: es una herramienta imprescindible para gestionar la expresión de la marca en todas sus manifestaciones y conseguir una imagen coherente en su conjunto, en el que quedan definidas las normas a seguir. (Summa Blog, 2021)
15. Cápsulas de video: Las vídeo Cápsulas se presentan normalmente en packs de 3 o 4 vídeos con contenidos diferentes pero relacionados entre sí, que puedes ir subiendo durante unos días. (We are Video Content, 2022)





3. Anexo 3. Artes y publicaciones "Historias de éxito"



Grupo Elcatex Honduras 1d · 🌐

Meet our people, who work to transform and lead our growth. Today we introduce you to Edwin Teruel.

⚙️ · Show original · Rate translation

HISTORIA DE ÉXITO



Edwin Teruel
Grupo Elcatex

GRUPO ELCATEX

¡Hola! Mi nombre es Edwin Teruel, tengo 15 años trabajando para el Grupo Elcatex, este ha sido mi primer y único lugar de trabajo, comencé a hacer mi práctica profesional y cuando terminé me ofrecieron un trabajo como asistente de producción, me tomé tiempo en las máquinas de corte hacia turnos de día y de noche y así fui ascendiendo en diferentes puestos hasta llegar a Gerente Senior de Tejido.

Grupo Elcatex me ha brindado el crecimiento y desarrollo profesional que he buscado y ha sido una gran experiencia de vida tener la oportunidad de estar en esta empresa, amo mi trabajo y me siento feliz de estar aquí.

Me gusta la música, toco la guitarra en algo que me relaja y disfruto hacerlo después de mi jornada laboral, trato de compartir este hobby con mis 2 hijos y mi esposa.

GRUPO ELCATEX

👍❤️ 39 1 comment 1 share

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

GRUPO ELCATEX 12,429 followers 1d · 🌐

Conoce a nuestra gente, quienes trabajan para transformar y liderar nuestro crecimiento. Hoy te presentamos a Edwin Teruel.

#GrupoElcatex #talentohumano #Lideramos

See translation

HISTORIA DE ÉXITO



Edwin Teruel
Grupo Elcatex

GRUPO ELCATEX

¡Hola! Mi nombre es Edwin Teruel, tengo 15 años trabajando para el Grupo Elcatex, este ha sido mi primer y único lugar de trabajo, comencé a hacer mi práctica profesional y cuando terminé me ofrecieron un trabajo como asistente de producción, me tomé tiempo en las máquinas de corte hacia turnos de día y de noche y así fui ascendiendo en diferentes puestos hasta llegar a Gerente Senior de Tejido.

Grupo Elcatex me ha brindado el crecimiento y desarrollo profesional que he buscado y ha sido una gran experiencia de vida tener la oportunidad de estar en esta empresa, amo mi trabajo y me siento feliz de estar aquí.

Me gusta la música, toco la guitarra en algo que me relaja y disfruto hacerlo después de mi jornada laboral, trato de compartir este hobby con mis 2 hijos y mi esposa.

GRUPO ELCATEX

👍❤️ 128 9 comments · 3 reposts

4. Anexo 4. Campaña Lucha contra el cáncer de mama





5. Anexo 5. Premiación SME (Sistema Médico de Empresas)





6. Anexo 6. Recolecta Historias Allmade

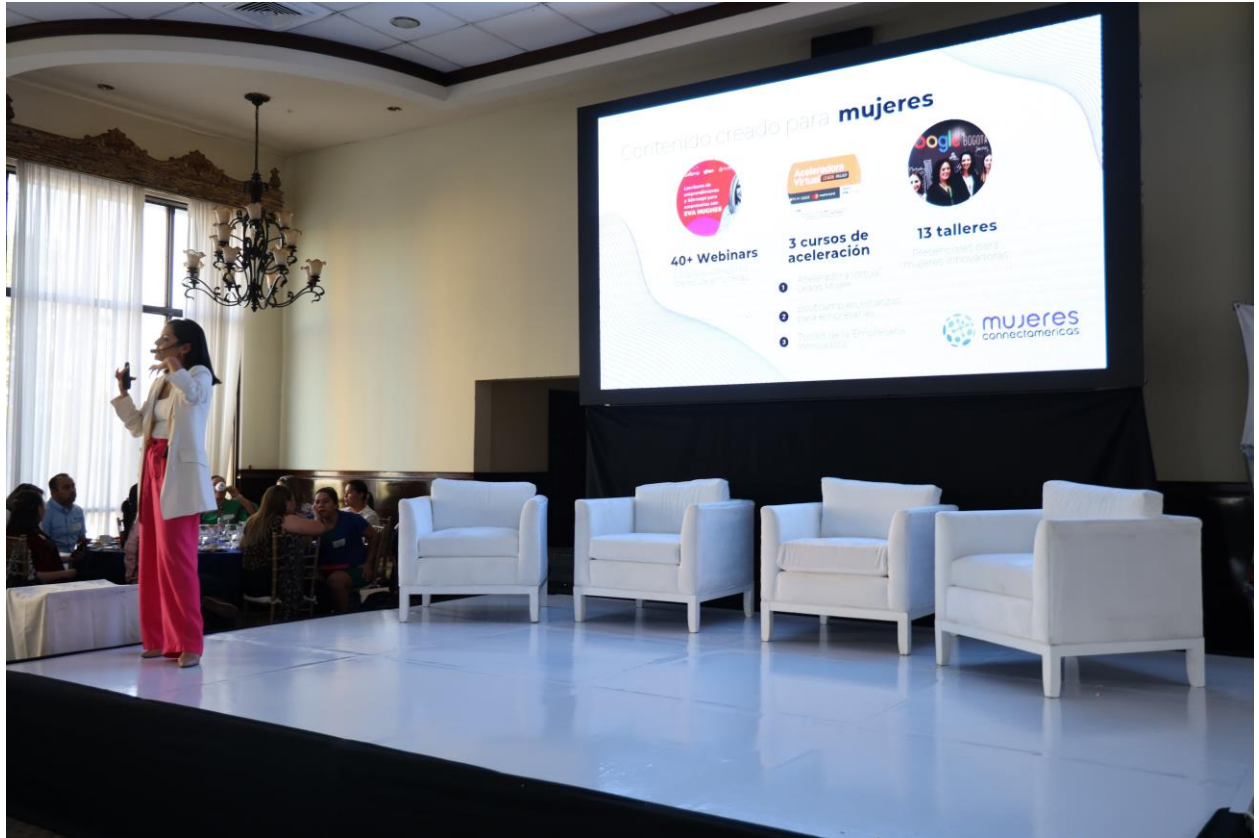
	A	B	C	D	E	F	G
2							
3							
4			Candidatos Boletín Allmade		Noviembre		
5		Empresa	Nombre	Comentarios	Fecha	Correo Contacto	Teléfono Contacto
6		St. John	Kevin Hernández	10:20-10:40	Lunes 21		Rebeca Antunez +504 9698-4813
7			Marlon Medina	10:50-11:20	Lunes 21		
8			María Cristina Perdomo	11:25-11:45	Lunes 21		
9		Eicatex	José Martín Quintanilla	1:30 - 2:00	Martes 15	delmis@elcatex.com	Delmis +504 9460-6693
10			Orlin Jovan Perdomo	2:15 - 3:00	Martes 15		
11			José Enrique López Oliva				
12		Génesis					
13							
14		Francis					
15							
16							
17		Suyapa					
18							
19							
20							
21		Speed to Market	Claudia Burigos				
22			Yonaris Rodríguez				
23			Rivy Bonilla				

	A	B	C	D	E	F	G
16							
17							
18		Suyapa					
19							
20							
21		Speed to Market	Claudia Burigos				
22			Yonaris Rodríguez				
23			Rivy Bonilla				
24		San Lucas	Marlon Alexander Gonzales Suarez	9:00-9:30	Miércoles 16	gabriela.davida@sanlucasapparel.com	Gabriela David +504 3178-0670
25			Brenda Lizeth Funez Paredes	9:40-10:10	Miércoles 16		
26			Javier Amilcar Melgar	10:20-10:50	Miércoles 16		
27		St. Matthew					
28							
29							
30		San Juan Textiles	Edgardo Rivera				
31			Angel Alvarado				
32							
33							
34							
35							



7. Anexo 7. Evento BID Realizada en Club Hondureño Arabe





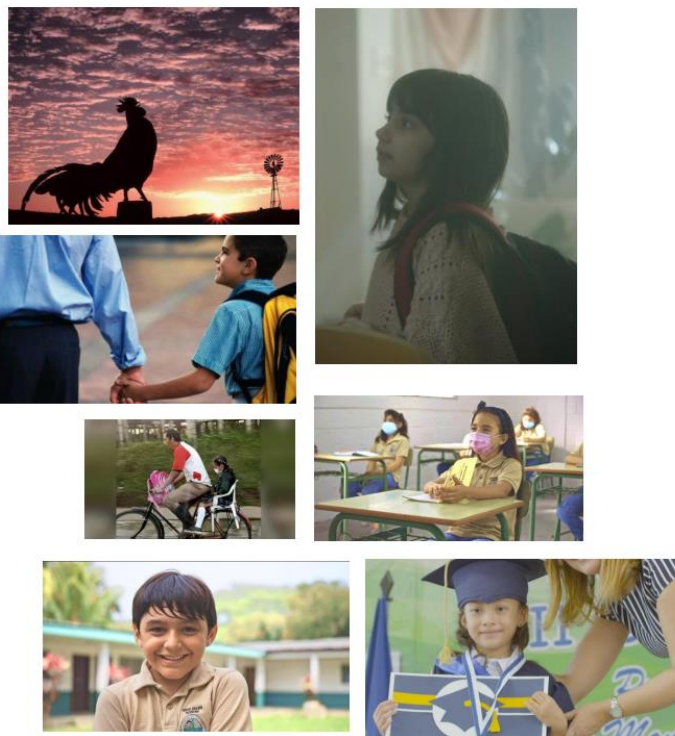
8. Anexo 8. Video Entrevistas BID Mujeres Emprendedoras





9. Anexo 9. Moodboard y Guión Video Fundación Mhotivo

Referencias Visuales, look del video y sensaciones a transmitir



Guion literario**Parte 1: ¿Qué es Mhotivo?****Mhotivo es SUEÑOS, OPORTUNIDADES, METAS, EDUCACIÓN, VALORES****TOMA AMANECER**

Toma dron del amanecer, escuela Mhotivo

(Sonido del timbre) Un papá tomando a su hijo de la mano, llevando a la escuela. (Niño de primaria)

Cámara se desliza en medio del papá e hija para entrar hacia la escuela.

TOMA DE NIÑOS

Toma del niño dentro del aula de clase levantando la mano. (el niño de levanta y va hacia al frente para darle transición a la siguiente toma)

Enfoque a niña tocando violín (hace movimiento de media vuelta para darle transición a la siguiente toma)

Coro Mhotivo (movimiento de cámara pasa hacia atrás de directora del coro para transición a la siguiente toma)

Ballet (close up de la mano, transición)

Pintura (transición)

Futbol (transición)

Se colocarán datos escritos importantes en algunas tomas

- Cantidad de niños graduados
- Cantidad de niños estudiando actualmente
- Actividades curriculares (coro, ballet)
- Tomas en las escuelas (colocaremos años en que se fundó Mhotivo Choloma y SPS)

Parte 2: Experiencias y agradecimiento.**ENTREVISTAS**

Padre de familia:

Alumna (misma de la primera parte):

Exalumno: Candidato Ángel Moran (trabaja actualmente en Grupo Elcatex) (tomas realizando su trabajo)

Rafael Flores: (tomas encima de videos de graduación y niños escribiendo)

Parte 3: Invitación a donar becas**Voz en off (corto, preciso y conciso)**

1. Porque los niños tienen derecho a una educación integral y Honduras necesita a Mhotivo, súbete a la ola del cambio que desde hace XX años estamos generando, cumpliendo los sueños de cientos de familias hondureñas.
2. De niños, todos tuvimos sueños. Ayúdanos a cumplir el de ellos. Conviértete en un padrino de nuestra fundación y continúa transformando sus vidas a través de la educación.

TOMA NIÑOS

Picadito niños desde preescolar hasta 11vo grado. (total 14 niños) (movimiento hacia atrás) (la toga)

TOMA NIÑOS

viendo a la cámara sonriendo, conviviendo, felices de estar en la escuela.

TOMA NIÑA

Niña terminando su apunte, cierra su libreta, mira a la cámara y dice: Y tú, ¿qué puedes sumar a Mhotivo?

10. Anexo 10. Video Fundación Mhotivo









**Escuela de
Arte & Diseño**



unitec[®]