

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

**REALIZADO EN:
GRUPO OPSA**

SUSTENTADO POR:

**ADRIANA ELIZABETH RAMIREZ CACERES
21441292**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2019

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|--------------------------------------|
| INTRODUCCIÓN..... | VI |
| CAPÍTULO I..... | VII |
| 1.1 OBJETIVOS..... | 2 |
| 1.1.1 Objetivo general..... | 2 |
| 1.1.2 Objetivos específicos..... | 2 |
| 1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA..... | 3 |
| 1.2.1 Reseña histórica..... | 3 |
| 1.2.2 Misión..... | 4 |
| 1.2.3 Visión..... | 4 |
| 1.2.4 Valores..... | 4 |
| CAPÍTULO II..... | 7 |
| 2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS..... | 6 |
| 2.1.1 Diseño de láminas para sección de Chicos de La Prensa..... | 6 |
| 2.1.2 Diseño de Calendario Buen Provecho..... | 8 |
| 2.1.3 Diseño de artes para redes sociales de Diario Deportivo Diez..... | 9 |
| 2.1.4 Diseño de recetario semanal de La Prensa..... | 9 |
| 2.1.5 Diseño de Infografía para Estrategia y Negocios..... | 9 |
| CAPÍTULO III..... | 11 |
| 3.1 PROPUESTAS DE MEJORA..... | 12 |
| 3.1.1 Implementación de tarjetas..... | 13 |
| 3.2 Impacto de las propuestas de mejora..... | 17 |
| 3.3 Costos de la propuestas de mejora..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| CAPÍTULO IV..... | 20 |
| 4.1 CONCLUSIONES..... | 21 |
| 4.2 RECOMENDACIONES..... | 23 |
| 4.2.1 Recomendaciones para UNITEC..... | 23 |
| 4.2.2 Recomendaciones para Grupo OPSA..... | 23 |

| | | |
|--------------|--|----|
| 4.2.3 | Recomendaciones para estudiantes | 24 |
| ANEXOS | | 28 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | |
|--|----|
| Imagen 1: Lámina sobre Abejas | 28 |
| Imagen 2: Lámina sobre animales marinos | 29 |
| Imagen 3: Lámina de eclipse lunar | 30 |
| Imagen 4: Lámina Siete Maravillas | 30 |
| Imagen 5: Lámina osos polares..... | 31 |
| Imagen 6: Arte para Diario Deportivo Diez | 31 |
| Imagen 7: Receta Buen Provecho en Diario La Prensa | 32 |
| Imagen 8: Tarjeta electrónica para app de Buen Provecho..... | 33 |
| Imagen 9: Tarjeta electrónica para app de Estrategia y Negocios..... | 34 |
| Imagen 10: Tarjeta electrónica para app de La Prensa..... | 35 |

RESUMEN EJECUTIVO

La práctica profesional de la carrera de Diseño Gráfico tuvo una duración de diez semanas, tiempo que fue de amplio aprovechamiento.¹ Se logro objetivos deseados por parte de la empresa. El siguiente informe tiene como objetivo principal describir detalladamente todo lo realizado en este periodo el cual sirvió de aprendizaje. Para realizar la práctica se escogió la empresa Grupo OPSA, una empresa de alto renombre en los medios de comunicación con muchos años de trayectoria² y muchos éxitos acumulados a lo largo del tiempo. Se agradece a la empresa por brindar esta oportunidad de aprendizaje la cual fue aprovechada por ambas partes. La empresa se vio beneficiada porque tuvo a una persona con todo el ánimo de aprender lo que día a día se le fue enseñado en sus distintas áreas de diseño y maquetación, y la persona que realizó la práctica tuvo un amplio conocimiento del mundo laboral y profesional. Se eligió esta empresa para realizar la práctica profesional debido al alto prestigio que mantiene.

La empresa cuenta con distintas áreas en las que se puede implementar el diseño gráfico, para realizar la práctica fue asignado trabajar en el área de redacción la cual consiste en maquetación y diseño. Para ello fueron usado los diferentes conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, los conocimientos de diseño editorial fueron ampliamente aprovechados por la empresa.

Se trabajó con marcas como Buen Provecho, Estrategia y Negocios, Honduras Tips, sección Chicos de Diario La Prensa y Diario Deportivo Diez. Cada una de las diferentes marcas solicitó distintos tipos de apoyo en diseño de infografías, diseño de artes y diseño editorial. Entre las diferentes asignaciones se puede destacar la realización de láminas educativas para la sección de Chicos de Diario La Prensa. Este trabajo fue encomendado semanalmente para ser publicado los días miércoles de cada semana con la finalidad de educar al público de manera entretenida, esta sección está orientada a un público de menor edad por lo que es necesario que este tipo de trabajo sea realizado con creatividad y mucho atractivo al ojo del lector. Otro de los trabajos asignados fue el de realizar infografía y maquetación para la revista Estrategia y Negocios, revista líder en Latinoamérica por su rico contenido sobre economía, política y negocios. Para cada una de las infografías se tomaron en cuenta temas esenciales que se estaban llevando a cabo en el mes de publicación de la revista. Para la

marca Buen Provecho se asignó la realización de calendario para el año 2019 para lo que fueron utilizados los distintos conocimientos adquiridos en la carrera y en el ámbito profesional. También se solicitó la maquetación de notas de Diario La Prensa y notas dentro de la revista. La empresa tuvo una buena satisfacción en cuanto al desempeño brindado por la persona a la que se le dio la oportunidad de realizar ahí la práctica.

Para la propuesta de mejora se invirtió tiempo analizando cuales eran los principales problemas de la empresa, cuáles eran sus debilidades y sus fortalezas para poder realizar un proyecto que beneficiará ambas partes. En el siguiente informe se detalla a profundidad cual es el problema real de la empresa y la opción que se da para solucionarlo. Esta propuesta de mejora consiste en la realización de una campaña publicitaria para obtener más descargas de las aplicaciones y de esta forma lograr mantenerse en la mente del cliente.

El periodo de práctica profesional fue de mucha ayuda para ambas partes, se gozó de nuevos conocimientos adquiridos y se relacionó extensamente con el mundo laboral, teniendo experiencias como el trabajo en equipo y se hizo frente a presiones reales de trabajo. La experiencia adquirida fue de gran ayuda para el mundo profesional, mundo al que se está expuesto al egresar de la carrera universitaria. Trabajar en un lugar de renombre del mundo laboral no fue tarea fácil ya que las exigencias van acorde al tipo de empresa que es Grupo OPSA. La presión del trabajo se sintió como verdaderamente es y debido a esta presión se aprendió a resolver los problemas con mayor rapidez. Se obtuvo experiencia en distintas áreas del diseño lo que ayudó a expandir las posibilidades de empleo y emprendimiento en el futuro. Se requirió de gran responsabilidad, seriedad y profesionalismo el trabajar para una empresa tan grande, pero fue logrado con éxito, los trabajos realizados, lo aprendido, la concientización del trabajo en equipo, la capacidad de generar ideas en un corto periodo y demás aptitudes aprendidas son las que han hecho de esta experiencia una experiencia enriquecedora.

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe tiene como objetivo describir con precisión las actividades realizadas en la empresa Grupo OPSA a lo largo de diez semanas, tiempo en el que fue realizada la práctica profesional. Grupo OPSA es una de las agencias editoriales más importantes y eficientes en este momento a nivel nacional. Es el grupo de medios más reconocido, que se caracteriza por ser una empresa con valores, profesionalidad y eficiencia. Actualmente los medios de comunicación impresos y de televisión se encuentran en un momento crítico debido al auge³ y la forma en que el Internet y las redes sociales han tomado poder y se han vuelto el principal medio de información de la población, es por ello que los medios de comunicación tienen que estar en constante evolución para poder adaptarse a dichos cambios. Este informe tiene como fin detallar las actividades realizadas en apoyo a la empresa que brindó la oportunidad de realizar la práctica profesional, así mismo como demostrar la eficacia de las aptitudes desarrolladas y aprendidas en el periodo universitario. Se pudo analizar que los aportes fueron realizados de manera eficiente, también que el desarrollo y la adaptación laboral fueron muy versátiles.

A lo largo del informe será presentado en cuatro capítulos las actividades realizadas, los objetivos y sus conclusiones y una propuesta de mejora que queda a opción de la empresa poder usarla. Se tomó en cuenta para cada actividad que se estuvo trabajando para una empresa de alto renombre a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo general

Desarrollar aptitudes durante el periodo de práctica que contribuyan a los conocimientos adquiridos en las materias previamente cursadas, de esta forma brindar un apoyo eficiente y profesional en las diferentes áreas de la empresa.

1.1.2 Objetivos específicos

- Desarrollar productos gráficos para Grupo OPSA, respetando la línea gráfica que la empresa mantiene sin limitar las capacidades creativas de diseñador.
- Satisfacer el área creativa de la empresa mediante conocimientos desarrollados en el periodo de práctica profesional.
- Desarrollar un proyecto de mejora que pueda contribuir al ahorro de la empresa y explotar en su totalidad la capacidad creativa de sus diseñadores, haciendo frente al problema que atraviesan los medios impresos por el auge de la tecnología.

1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña histórica

Según información proporcionada por la empresa Grupo OPSA para el fin de la elaboración del presente informe, Diario La Prensa circuló con 5,000 ejemplares con un promedio de 32 páginas, bajo el mando de su fundador Jorge Larach, cambiando en 1968 su razón social de La Prensa, S.A. de C.V. a Organización Publicitaria S.A. En 1970 se instalaron máquinas IBM⁴ de alta tecnología y las fotocomponedoras marca Mergenthales a los Departamentos de Redacción.

El 26 de noviembre de 1979 se crea la Empresa Publicaciones y Noticias, S.A. con su periódico El Herald que circula en Tegucigalpa en la actualidad. En la década de 1975 a 1985 se adquirieron servicios de prensa internacional, como ser: Agencia Latinoamericana de Información de Inglaterra, Agencia Centroamericana de Noticias de Panamá, Agencia EFE de España, Agencia de Prensa Alemana, Agencia Francesa de Prensa, France Press, entre otras, con el fin de mejorar el contenido y la veracidad de la información.

En 1992 se crean los premios Excel por iniciativa de la gerencia de Mercadeo y Presidencia. En diciembre de 1993 se fundó Editora y Publicaciones, S.A., EPSA. En 1995 se creó el sistema de información Oracle. En octubre de 1997 se nombró como Presidente de la compañía al Lic. Jorge Canahuati Larach. En el 2002 se inicia la implementación del Sistema DTI, sistemas con el cual se desarrollan las diversas actividades de diseño y redacción en la actualidad.

En la actualidad se cuenta con el manual Políticas de Autoridad Financiera. El 26 de marzo de 2008 se lanzó el sitio Web de Diario Deportivo Diez, periódicos que se fundó en 2006 con la finalidad de brindar noticias completas sobre el mundo deportivo a su audiencia.

Es por eso que en la actualidad Grupo OPSA es el más grande e importante grupo de medios a nivel nacional, contando con extensiones de marca como ser: El Herald, que tiene sus

oficinas principales en la ciudad de Tegucigalpa, Revista Estilo, Diario Deportivo Diez, Honduras Tips, E&N, y GO TV, entre otros.

1.2.2 Misión

La misión de una empresa es creada con la finalidad de motivar a los miembros y colaboradores de la empresa para poder desempeñarse en un ambiente cooperativo, esta se puede definir específicamente como una manifestación del propósito de una empresa. La misión debe ser concreta y motivadora. Grupo OPSA tiene como misión:

“Inspirar, innovar y conectar con audiencias, anunciantes y consumidores a través de su talento para transformar y servir a la sociedad.”

1.2.3 Visión

La visión de una empresa representa una declaración manifestada que indica la finalidad de una empresa a corto o largo plazo. Esta debe comprometer a los empleados a fortalecer la base de una cultura organizacional así también como contestar interrogantes como ser “¿Qué quiere llegar a ser una empresa?” “¿en que se convertirá una empresa a largo plazo?”. La visión de Grupo OPSA es: “Mejorar la calidad de vida de la comunidad con contenidos y servicios que conectan, enseñan e inspiran en todo momento.”

1.2.4 Valores

Los valores son fortalecimientos creados en la empresa para definir el carácter y personalidad de la empresa, estos valores se ven reflejados en el día a día de la empresa ya que son de carácter ético y moral. Los valores tienen también como finalidad establecer los límites de la empresa y la forma y actitud de desarrollar los trabajos. Los valores de Grupo OPSA son:

- Valorar a sus socios estratégicos.
- Emprender e innovar.
- Reconocer el talento y el trabajo en equipo.
- Abrazar el cambio.
- Servir la comunidad.

CAPÍTULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

La práctica profesional consta de una duración de diez semanas, tiempo en el que se ha encomendado realizar diferentes actividades poniendo a prueba la habilidad que se tiene para desarrollar lo solicitado implementando lo aprendido a lo largo de la facultad universitaria de Diseño Gráfico.

A continuación, se detallarán las actividades realizadas en el periodo previamente mencionado en el departamento de edición y diseño de la empresa. El departamento editorial se encarga de obtener la aprobación del cliente mediante una grata experiencia de lectura y visualización del diseño. Estas asignaciones tienen como función principal mantener el material de Grupo OPSA en el primer lugar del cliente. Se ha evaluado y tomado en cuenta la efectividad⁵ de la línea gráfica actualmente utilizada.

2.1.1 Diseño de láminas para sección de Chicos de La Prensa

Diario La Prensa cuenta con una sección semanal llamada Chicos la cual es publicada los días miércoles de cada semana. Esta sección tiene como finalidad incentivar al público escolar de edades entre seis a doce años a leer e informarse utilizando este medio. Chicos cuenta con diferentes secciones educativas y de entretenimiento, entre estas secciones podemos encontrar la lámina educativa, se ha encomendado como labor realizar esta lámina semanalmente tomando en cuenta contenidos que sean de mayor aporte a la educación del lector.

La información es proveída por el puente de mando con la directora de Redacción La Prensa, posteriormente se agendan los días en que esta información será utilizada en sus publicaciones. Las imágenes se descargan de un banco de imágenes llamado iStock.

En la primera semana se ha optado por realizar una lámina educativa con la temática de abejas, para la realización de esta lámina se ha tomado en cuenta los diferentes aspectos de las abejas¹ como ser su crecimiento, las diferentes partes del cuerpo, los productos que pueden brindar,

el proceso de la polinización y su hábitat. Se descargaron diferentes imágenes utilizadas para brindar este contenido educativo y se modificó la calidad de imagen para tener una mejor calidad de impresión. Para la segunda semana se optó por realizar una lámina con temática de animales marinos² en peligro de extinción siendo este un tema de alto interés debido al calentamiento global y diferentes factores que están afectando el océano. En esta lámina se realizó un montaje de alta calidad para el cual fue necesario descargar diferentes imágenes y adaptarlas correctamente utilizando el programa Adobe Photoshop⁶. Fue realizada con el fin de concientizar a la audiencia el problema que impera actualmente en el mundo con la extinción de diferentes especies. La tercera lámina realizada fue alusiva a los eclipses lunares³, mostrando gráficamente cómo y porqué ocurre este fenómeno de la naturaleza. Se brindó en dicha lámina la información necesaria para que el lector tuviera una visión más clara de cómo sucede esto, así mismo se informó fecha del próximo acontecimiento de esta naturaleza.

Para este trabajo se realizó retoques en Adobe Photoshop y se trabajó la diagramación de la información en Adobe InDesign⁷. En la lámina de la cuarta semana se realizó una infografía sobre la vida en el desierto. Se diagramó los tipos de desiertos, el clima predominante en estos lugares, los animales que comúnmente se encuentran ahí, las plantas y demás datos que pudieran dar una extensa información al lector sobre este tema. Seguidamente fue realizada la lámina con el tema de las siete maravillas⁴ del mundo moderno, para esta lámina se realizó la descarga de las imágenes de cada una de las maravillas, con estas imágenes se realizó un collage de fotos en el programa Adobe Photoshop, para cada una de las maravillas del mundo se incluyó una burbuja de texto que detallaba información sobre estos lugares. La última lámina realizada en solicitud de la empresa tuvo como tópico los osos polares⁵, dicha especie se encuentra en peligro de extinción por lo que se consideró de suma importancia dedicarle un material informativo analizando los diferentes aspectos de esta especie como ser su alimentación, las causas de su extinción, el número de su población y demás datos útiles para ampliar el conocimiento del lector en este tema.

Cada lámina realizada para la sección Chicos de Diario La Prensa tuvo como finalidad informar y brindar un mayor conocimiento de los temas expuestos cada miércoles.

2.1.2 Diseño de Calendario Buen Provecho

“Buen Provecho” es una revista de cocina de Grupo OPSA que a lo largo de varios años ha sido pilar en las cocinas de las amas de casa hondureñas. Ha enriquecido de recetas, consejos y demás artículos relacionados al buen comer a sus lectores. Es la primera y única revista mensual de cocina, aportando platillos nacionales e internacionales que implementan ingredientes fáciles de conseguir en el mercado local y contando con el patrocinio de varias marcas de comida lo que hace que la revista tenga una matriz de diferentes marcas de publicidad. Buen Provecho se caracteriza por “celebrar el sabor catracho de la vida”.

Para el año 2019 la marca de condimentos Maggi patrocinó un calendario que cuenta con una receta para cada mes del año, cada una de las recetas necesita mínimo un producto de la marca Maggi. Previamente ya fue establecida una línea gráfica según las bases de la revista “Buen Provecho”, pero se ha dado la libertad al diseñador de cambiar ciertos aspectos que puedan funcionar mejor al ojo del lector. Para la portada del calendario se tomó en cuenta un plato de sopa ya que la marca de condimentos Maggi es altamente caracterizada por sus consomés para sopas y se pensó en utilizar algo que fuera insignia de la marca. Seguidamente se tomó en cuenta para diferentes meses del año la temporada predominante de dicha temporada.

Para el mes de abril se optó por implementar una receta de sopa de caracol alusiva a la Semana Santa, para el mes de diciembre fue elegida una receta de nacatamal alusiva a la Navidad. Los artes realizados para el fondo del calendario fueron inspirados en una textura de madera para brindar esa inspiración casera ya que la madera es una textura que se encuentra en todas las cocinas hondureñas. Sobre dicha textura se incluyeron siluetas de alimentos como ser chile, tomate, zanahoria, etc. Ya que son los ingredientes usados en la mayoría de las recetas. Se tomó también el trabajo de realizar correcciones de fotografía a las imágenes usadas en el calendario para lograr un aspecto más apetitoso de cada platillo en el que sean resaltados sus colores y transmitir una imagen que aparente tener un buen sabor. Finalmente, la empresa Maggi ha sido encargada de aprobar el contenido ofrecido por Grupo OPSA para el calendario, dicha aprobación ha sido una respuesta positiva.

2.1.3 Diseño de artes para redes sociales de Diario Deportivo Diez

Diario Deportivo Diez es el primer periódico deportivo en Honduras. Publica diferentes tipos de deportes a nivel nacional e internacional, actualmente la marca se ha extendido a televisión con el programa Diez TV. Debido al auge que han tenido las redes sociales en los últimos tiempos Diario Diez ha tomado una alta prioridad en brindar contenido informativo y de entretenimiento por este medio. Por este motivo día a día fue solicitado diferentes tipos de artes⁶ para publicar en redes sociales como Instagram y Facebook. Diario Deportivo Diez ya cuenta con una línea gráfica, que incluyen un cintillo y el logo, la cual es usada en todas sus publicaciones. Se mantiene el respeto para esta línea gráfica, pero se abre a la posibilidad de poder realizar mejoras de diseño.

2.1.4 Diseño de recetario semanal de La Prensa

La revista Buen Provecho del Grupo OPSA cuenta con una sección semanal en Diario La Prensa la cual es publicada los días viernes de cada semana. Esta sección consiste en una columna que brinda al lector una receta de cocina, dicha receta en ocasiones cuenta con el patrocinio de diferentes marcas de condimentos como ser Badía o Maggi. Estas recetas se caracterizan por incluir ingredientes fáciles de adquirir en el mercado local. Para la publicación de estas recetas se la solicitado la maquetación⁷, haciendo que el contenido pueda hacer un uso adecuado del espacio establecido, escoger una imagen vistosa a gusto del cliente y realizarle sus respectivas correcciones para obtener una mejor calidad de impresión. La maquetación del contenido es de mucha importancia para lograr una armonía y una adecuada satisfacción al ojo del lector. Así mismo es necesario aprovechar el espacio para cada tipo de contenido.

2.1.5 Diseño de Infografía para Estrategia y Negocios

Estrategia y Negocios es una revista realizada por Grupo OPSA en colaboración con varios países de Latinoamérica orientada a los temas de economía. Esta revista maneja su contenido 100% de forma original, su misión diaria es generar el espíritu empresarial en sus lectores. Estrategia y Negocios proporciona contenido editorial de política y demás temas de negocios

que puedan afectar el mundo laboral. La revista cuenta con diferentes secciones, entre ellas la sección de Radar que brinda al público una infografía sobre temas específicos que tuvieron auge en el respectivo mes de publicación de la revista. Para la primera infografía realizada se tuvo como tema las plantas de gas que producen este nuevo tipo de combustible en sustitución del petróleo. Para realizar esta infografía se hizo la descarga de imágenes y vectores en páginas de internet como ser FreePik⁸ y Shutterstock⁹. Con la obtención del material descargado se realizaron las modificaciones de imágenes y arreglos de texto dando como resultado final la aprobación de la infografía la cual cumplió con el fin de informar al lector sobre el funcionamiento de este gas.

En el mes de noviembre fue realizada la infografía para el mes de diciembre. En este caso fue solicitada realizar una lámina con información sobre el tema de los migrantes, para dicho trabajo se realizó un recuento de fotografías periodísticas que han sido tomadas en la caravana de migrantes realizada en los previos días. Luego se hizo una descarga de vectores¹⁰ para detallar cifras y datos brindados por la empresa para brindarle al cliente una mayor información en relación a ese tema. La finalidad de esta infografía fue crear conciencia sobre la problemática que acarrea este tema de migrantes para la economía de Centroamérica y las crisis que estos países atraviesan.

CAPÍTULO III

3.1 PROPUESTAS DE MEJORA

Actualmente nos enfrentamos a una inminente problemática del desfase de medios impresos por los medios digitales. En el año 2013 dejó de circular el periódico más antiguo del mundo, el *Lloyd's List* se mudó a plataformas digitales debido al declive diario de sus lectores.

En una encuesta, el 59% de los consumidores dice que es más probable que interactúen con publicaciones que les parezcan entretenidas, seguidas de publicaciones que ofrecen un descuento (46%).

En términos de conexión con una marca, el 59% de los consumidores dicen que la conexión comienza con la sensación de que pueden confiar en una marca o empresa. El cuarenta por ciento define sentirse conectado como cuando una marca los comprende a ellos y a sus deseos.

Sin embargo, si bien el 65% de los consumidores desean conectarse con las marcas en las redes sociales, todavía puede ser un panorama desafiante, con el 55% diciendo que dejarían de seguir una marca en las redes sociales debido al mal servicio al cliente, y el 44% haría lo mismo si sintiera que estaban siendo ignorados

A diario se hace frente a distintos tipos de problemas y el auge de la tecnología y las redes sociales es parte del diario vivir de una sociedad y es por eso que como medio de comunicación y editorial resulta difícil adaptarse al modelo de cambio que se implementa en la actualidad.

Es de vital importancia para un medio de comunicación como Grupo OPSA tomar en cuenta los cambios generacionales debido a que el grupo tiene productos para públicos segmentados. Habiendo identificado el público objetivo se elabora, con la data del del departamento de mercadeo sobre audiencias, se logra generar contenidos para diversas marcas. Se ha identificado que el lector actual es más tecnológico, por lo tanto, Grupo OPSA apuesta a plataformas digitales para diferentes dispositivos. Por la prontitud que se obtiene desde las

redes sociales, la audiencia ha perdido el interés por el medio impreso ya que el medio impreso tiene un desfase en demostrar la noticia a tiempo. Estas causas han llevado a las generaciones millennial¹² y centennial¹³ a tener una inclinación hacia la comunicación por medio de la tecnología. Es para Grupo OPSA un reto generar contenidos de interés para las generaciones mencionadas.

A menudo se establecían conversaciones en relación a esta problemática que ya hace un considerable tiempo genera pérdida de material en la empresa, de cómo con el pasar de los años el decaimiento de los medios impresos, tanto de revistas como de periódicos ha sido inevitable. Es por esto que la propuesta de mejora se basa en una implementación de apps¹⁵ para los diferentes tipos de marcas con los que cuenta Grupo OPSA.

3.1.1 Implementación de tarjetas

Puerto Rico, República Dominicana y Costa Rica son los países con mayor porcentaje de población que utiliza Internet, mientras que en Honduras y en Guatemala es donde más crecen las búsquedas a través de móvil, según Google. Google, a través del estudio Market Trends Centroamérica analizó el comportamiento de los usuarios digitales en diferentes partes del mundo. En esta oportunidad, se adentraron en el comportamiento de los usuarios de: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana y Puerto Rico.

De acuerdo con la investigación realizada por la revista Estrategia y Negocios en febrero del año 2019 varios jugadores de la industria se han visto obligados a reevaluar su modelo de negocio basado en la publicidad dirigida a través de datos que son recopilados de los usuarios.

Así es que se espera ver nuevos modelos por suscripción y sin publicidad, el desarrollo de nuevos productos como los altavoces inteligentes y hasta el uso de nuevas tecnologías de Realidad Aumentada e Inteligencia Artificial. Por ejemplo, Facebook se lanza al campo del hardware con su proyecto de smartspeakers (Portal y Portal +) y prepara “Ripley”, un chat de video / decodificador de TV híbrido para lanzar este año.



Fuente: Estrategia y Negocios

Los datos, difundidos por la revista Estrategia & Negocios, se enfocan en el crecimiento de los usuarios que se conectan desde el móvil (+56%) ya que estos han representado un 21% más de búsquedas en Google.



Fuente: Estrategia y Negocios

Hay que buscar la manera en la que los medios de comunicación no se queden estancados y debido a eso, pierdan la importancia que a lo largo de los años han adquirido. Como creativos se debe analizar la problemática principal en las fallas de una empresa, luego de haber analizado los problemas y cifras en relación a este problema, hay que brindar soluciones que sean de acuerdo a dichas fallas, soluciones eficaces y medibles creando diseños que logren captar el enfoque del cliente. Habiendo analizado los aspectos anteriores, la problemática principal del porqué ha resultado una reducción de la compra de medios impresos se puede tomar en cuenta las siguientes razones:

- Las redes sociales se han apoderado de toda la información que exponía los medios impresos.
- La nueva generación está acostumbrada a buscar todo en Google.
- La problemática económica ha reducido el número de compras y suscripciones de parte de lectores individuales como de empresas.
- Las empresas han reducido el presupuesto para publicidad impresa debido al alcance y bajo costo que tiene pautar en redes sociales.

En tecnología Grupo OPSA utiliza Google Analytics donde un analista de datos realiza un informe con dicha data reflejada de Google en el cual se muestra en que dispositivos, que marca, y la procedencia de país de los lectores en donde podemos obtener un análisis certero de la audiencia.

Tomando en cuenta que Grupo OPSA ya cuenta con apps para que los lectores tengan la facilidad de gozar de sus servicios mediante aparatos móviles, la propuesta de mejora consiste en dinamizar las aplicaciones apoyándose en plataformas como Spotify, iTunes, Deezer, etc. ya que con estas plataformas estaríamos alcanzando a los lectores y los radio escucha con notas de voz interactivas. Este tipo de plataformas han sido utilizados en medios de comunicación masivos como CNN los cuales cuentan con una nota audible al entrar en la noticia. Con esto se estaría logrando la inclusión de personas no videntes o personas con bajo nivel de alfabetismo y se estaría cumpliendo con la naturaleza del medio que es informar y entretener. Los motivos para realizar esta mejora se pueden clasificar en:

- La reducción de ventas de material impreso.
- La reducción de pagos de publicidad de parte de empresas.
- El bajo déficit de lectura que atraviesa la sociedad.
- La superación de aparatos móviles en comparación a los medios impresos.

La propuesta de mejora consta en incentivar al público lector a la descarga continua de las apps que comparten el contenido publicado en el material impreso.

1. Implementación de tarjetas electrónicas para suscriptores:

Este es el primer paso a realizar de la campaña para lograr un mayor número de descarga de apps. Se realizó el diseño de tarjetas electrónicas para cada una de las revistas y periódicos, serán incluidos dentro de las respectivas revistas publicadas mensualmente y serán publicados una vez por semana en los periódicos. Se ha tomado en cuenta este paso ya que va orientado a mantener el público que se ha establecido por años, para este tipo de público la app será un valor agregado de la marca porque este tipo de publicidad abarcará a las personas que aún tienen el hábito de la lectura en físico, pero se ha optado por implementar estas tarjetas electrónicas en las revistas y periódicos para que este público tenga una mayor facilidad y una adaptación al nuevo servicio.

En cada uno de las tarjetas electrónicas está impreso un código QR que lleva al usuario directo a la aplicación para poder realizar una descarga inmediata. Los colores y tipografías van de acuerdo a la línea gráfica ya utilizada por cada revista y periódico. El diseño de cada una tiene una imagen que atrae a cada tipo de público que frecuenta estos servicios. Esto se realiza con la finalidad de no perder a la audiencia que aún frecuenta los medios impresos.

2. Email para suscriptores de revistas y periódicos:

La empresa cuenta con una base de datos en la cual están registrados todos los suscriptores de los diferentes tipos de productos, para estos suscriptores que ya están familiarizados con el auge del Internet y la tecnología, se estará enviando un email promocionando las apps móviles

para que puedan efectuar una descarga inmediata y contar con el servicio en sus celulares, a diferencia de la suscripción la app será un servicio gratuito en el cual podrán gozar de todas las comodidades y servicios que el medio le ha brindado por su suscripción. Este email será enviado mensualmente para poder recordarle constantemente al consumidor que tiene diferentes medios por los cuales acercarse a la información que se presenta en las revistas y periódicos. El equipo de mercadeo cuenta con personas asignadas por cada una de las marcas. Se trabaja con un proveedor llamado Constant Contact el cual refleja la interacción de la audiencia.

3.2 Impacto de las propuestas de mejora

Actualmente, la sociedad enfrenta un problema inminente de falta de lectura en el hogar, en el trabajo y en las instituciones educativas. La tecnología no deja de avanzar creando día a día más facilidades para el acceso a diferentes medios de comunicación. Las grandes empresas de publicidad, de medios de comunicación, de medios impresos y demás contenido relacionado a la rama informativa deben optar por estar en constante cambio y evolución de acuerdo a las exigencias del mercado y de las nuevas generaciones. Es por esto que la propuesta de mejora consistió en dar un giro al estilo de lectura del material brindado al público por Grupo OPSA, en el caso de las revistas “Buen Provecho” y “Estrategia y Negocios”, se optó por crear las apps desde cero ya que OPSA cuenta con un kiosco en la App Store y Play Store, pero no se encuentra estas apps por separado de manera que cuando un lector quiera visualizar exclusivamente “Buen Provecho” no lo puede hacer.

Habiendo evaluado todas las debilidades y fortalezas que conlleva manejar apps para los diferentes tipos de revistas se concluyó que sería una buena propuesta de mejora para la empresa. Es necesario también analizar costos ya que de la misma manera que la empresa realiza un cobro por la publicidad en el medio impreso la publicidad y los patrocinios de la app pueden generar ingresos para la empresa. El propósito de todo este proyecto es implementar nuevas funciones de diseño en relación a los diferentes tipos de consumidores que hoy en día existen. Este modelo de servicios desarrollará en el cliente una permanencia

de consumismo en relación a los servicios informativos y de entretenimiento que Grupo OPSA ha brindado a lo largo de los años.

Un estudio realizado por Apple afirma que cada persona desbloquea su celular en un promedio de ochenta veces por día, lo que se calcula que gasta cinco horas de su día en este aparato móvil. Por esto la gran problemática del decaimiento de los medios impresos, todo ha sido reemplazado por el teléfono móvil lo que lleva a los distintos medios informativos a hacer frente al constante cambio. Hoy en día ni siquiera la televisión resulta de mayor importancia para la nueva generación ya que incluso los programas los pueden ver por medio de su teléfono móvil. Es por esto que se ha tomado en cuenta tener al alcance de la mano del cliente los distintos tipos de medios informativos y de entretenimiento. La ganancia será generada por medio de patrocinios y publicidades que serán expuestas en las diferentes apps.

Por ejemplo, en el caso de “Buen Provecho”, Maggi puede pagar un anuncio que salga al momento de abrir la app, según el peso del anuncio dependerá el costo. Si solamente es una foto o si es un vídeo de cocina que incluya utilizar los productos Maggi, el costo deberá variar y de esta forma se obtendrá una ganancia, mientras más descargas sean realizadas mayor será el costo que la empresa puede cobrar.

Para la revista “Honduras Tips” los diferentes destinos turísticos podrán realizar pagos para que su destino sea publicado como prioridad en dicha app. Esto generará numerosas ganancias ya que Honduras goza de muchos destinos turísticos y estos pueden realizar un contrato en el que estos destinos sean publicados en diferentes épocas del año. En temporadas altas como ser Semana Santa, Feriado Morazanico y Navidad el destino que necesite ser publicado podrá generar un costo mayor al que normalmente se genera. Para la revista Estrategia y Negocios las grandes empresas pueden sacar provecho de esta publicidad pagada y según la región de descarga de la app puede clasificar la publicidad. El material realizado para esta campaña de implementación de las diferentes apps de revistas y periódicos de Grupo OPSA queda a disposición de la empresa en caso de que en algún momento necesite hacer uso de ello.

3.3 Costos de la propuesta de mejora

El costo de la impresión no ha sido valorado debido a que el costo va de acuerdo al tiraje y la calidad que se necesita.

Grupo OPSA actualmente trabaja con dos imprentas internacionales localizadas en El Salvador llamadas Albacrome e Impredisa las cuales trabajan con el impreso de productos segmentados de calidad de satinado y papel.

Como primera opción se ha considerado la imprenta que Grupo OPSA adquirió recientemente la cual se encuentra en la central de impresión localizada en Siguatepeque.

Para el desarrollo de las tarjetas electrónicas y su conectividad con las apps Grupo OPSA cuenta con un departamento de Inteligencia Tecnológica (IT), este departamento tiene profesionales en diseño web, desarrollador, programador, analista de datos y experiencia de usuario. Todos los proyectos digitales son realizados en este departamento.

Grupo OPSA utiliza plataformas de CMD Wordpress y DTI Lightning para el almacenamiento de información.

La propuesta de mejora aparte de ser viable debido a la facilidad de elaboración dentro de la empresa también será una propuesta económica.

CAPÍTULO IV

4.1 CONCLUSIONES

Como conclusión general se toma en cuenta que durante el periodo de práctica profesional fueron adquiridos conocimientos nuevos como ser el manejo del Centro de Datos o DTI, plataforma que la empresa utiliza para manejar las diferentes marcas de manera unificada ya que permite al fotógrafo, periodista y diseñador editar los diferentes artículos. Seguidamente fue asignada la corrección de fotografías para revistas satinadas y periódicos, para esta asignación fue necesario aprender dos tipos de ediciones de acuerdo al material de impresión. También fue necesario reforzar el aprendizaje en maquetación de revistas y elaboración de infografías para sus debidas publicaciones. En todas las asignaciones solicitadas se brindó un apoyo adecuado y de manera eficaz.

Se logró concluir que los objetivos fueron cumplidos a cabalidad, ya que en todo momento fue respetada la línea gráfica utilizada por la empresa, pero esto no fue una limitante en relación a lo creado. En asignaciones para marcas como Diario Diez y Buen Provecho que ya cuentan con una línea gráfica estipulada fue un reto desarrollar nuevos diseños, pero no fue condicionante para realizar trabajos de calidad. En los diferentes trabajos creados a la empresa fue demostrada la capacidad creativa con la que se contaba, fue de gran ayuda lo aprendido en los laboratorios de Diseño Gráfico ya que los programas aprendidos son los que se utilizan en esta área de Diseño como ser Adobe InDesign, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.

Una de las tareas para las que fue requerida mayor capacidad de creatividad fue para el desarrollo de la lámina Chicos de Diario La Prensa, ésta lámina es publicada los días miércoles de cada semana y en ocasiones con el flujo de trabajo de los diseñadores dificulta su elaboración por lo que fue una labor asignada desde la primera semana de práctica. Fue muy importante poder utilizar programas como Adobe Photoshop y Adobe Illustrator para poder llevar a cabo éstas infografías. Para el calendario de Buen Provecho para el año 2019 fue fundamental trabajarlo en Adobe InDesign por su maquetación acorde a los días y fechas, para esta asignación también fue requerida una adecuada corrección de fotos debido a la calidad de impresión.

Grupo OPSA cuenta con aplicaciones móviles para sus distintos tipos de marcas, lo que hace falta es un adecuado mercadeo de las aplicaciones por los distintos canales de comunicación. Las tarjetas electrónicas del proyecto de mejora ayudan a informar al lector que hay nuevas maneras de mantenerse actualizado con el material publicado en revistas y periódicos.

El proyecto está en proceso de aprobación debido a la reducción de gastos operativos que ha tenido la empresa y la reestructuración de marcas.

4.2 RECOMENDACIONES

4.2.1 Recomendaciones para UNITEC

Es indiscutible la calidad de educación que ha brindado la Universidad Tecnológica Centroamericana a lo largo de los años, ha sido pilar de múltiples alumnos que hoy en día son excelentes profesionales en el mundo laboral. Como toda empresa tiene fortalezas, debilidades y probabilidades de que haya una mejora en relación a diferentes aspectos. Es recomendado a la institución para la carrera de Diseño Gráfico no solamente enfocarse en el área de publicidad, el diseño gráfico hoy en día es bastante amplio y cuenta con diversas ramas a las que el profesional se puede adaptar al egresar de la universidad y el hecho de solamente manejar conocimientos del diseño en la publicidad se convierte en un limitante. Hoy en día se puede utilizar el diseño gráfico para editoriales, medios de comunicación, ediciones de vídeo, y demás ramas que esta amplia carrera enfoca. Relacionado a este tema se recomienda poner cada día más a prueba las aptitudes de los estudiantes en el mundo laboral de diferentes tipos de empresas de medios de comunicación e impresos.

4.2.2 Recomendaciones para Grupo OPSA

Grupo OPSA es una empresa con calidad inigualable en el ámbito de los medios de comunicación, en su gran mayoría todo es realizado en orden y con un alto grado de desempeño de parte de sus colaboradores. Como recomendación se puede mencionar adaptarse siempre a los cambios a los que está expuesto el medio de comunicación, analizar puntualmente las necesidades del cliente para poder satisfacer sus exigencias. También mantener a sus creativos en un ambiente donde puedan desarrollar con libertad su imaginación, sin limitantes de distracción o en ambientes que no sean generadores de creatividad, así mismo mejorar el funcionamiento de las herramientas de trabajo para que este no sea un causante de estrés en el diario vivir del trabajo.

4.2.3 Recomendaciones para estudiantes

Lo que la universidad enseña es de grato conocimiento para sus estudiantes, pero es necesario saber que las capacidades profesionales de la persona se encuentran en cada uno de nosotros. Independientemente de lo que aprendamos a lo largo de la carrera siempre será necesario recorrer la milla extra para poder definirse a sí mismo como un profesional de éxito y de altas capacidades para poder desarrollarse en el mundo laboral. Tener como prioridad establecerse metas a corto y largo plazo, porque es esto lo que definirá la capacidad de resolver problemas ya sea grandes o pequeños. También adaptarse y mantenerse actualizado ya que el mundo del diseño cambia constantemente, es como una moda a la cual hay que adaptarse como sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Radio, C. (2016). *Cuántas horas hacemos uso del celular al día*. [online] Caracol Radio. Obtenido de: http://caracol.com.co/radio/2016/05/17/tecnologia/1463505271_400287.html

Domínguez-Gutiérrez, S., Sánchez-Ruiz, E. and Sánchez de Aparicio y Benítez, G. (2014). *Guía para elaborar una tesis*. McGraw-Hill Interamericana, p.5.

Metodos Publicitarios. (2018). *Medios Publicitarios*. [online] Obtenido de: <https://metodospublicitarios.com/medios-publicitarios/>.

Definición ABC. (2018). Definición de Aprovechamiento. [online] Obtenido de: <https://www.definicionabc.com/general/aprovechamiento.php>

Softwaredoit.es. (2018). Glosario de términos de SoftDoit: profesionales en apuros, sois bienvenidos. [online] Obtenido de: <https://www.softwaredoit.es/definicion/index.html>

Revista Estrategia & Negocios. (2015). ¿Sabes quiénes son los 'Centennials'? [online] Obtenido de: <https://www.estrategiaynegocios.net/inicio/885075-330/sabes-quiénes-son-los-centennials>

Digibis.com. (2015). Datos sobre el uso del móvil en el mundo. Obtenido de: http://www.digibis.com/digibib-demo/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1000080

Estrategia y Negocios. (2 de Febrero de 2019). Las 10 tendencias que marcarán a las redes sociales en 2019. [estrategiaynegocios.net](https://www.estrategiaynegocios.net). Grupo OPSA Recuperado de <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/1258532-330/las-10-tendencias-que-marcar%C3%A1n-a-las-redes-sociales-en-2019>

GLOSARIO

1. **Aprovechamiento:** se emplea para expresar la obtención de algún tipo de beneficio o de provecho.
2. **Trayectoria:** Trayectoria indica un recorrido o camino. Se deriva del latín “trajectoire” el que a su vez lo tomó del latín “trajectare” vocablo integrado por “trans” en el sentido de “más allá” y por “jacere” = “lanzar”. Implica un paso de un lugar a otro
3. **Auge:** Crecimiento o desarrollo notables y progresivos de algo, en especial de un proceso o una actividad.
4. **Máquinas IBM:** El acrónimo IBM son las siglas en inglés de International Business Machines, cuyo significado en español se traduce como Máquina de Negocios Internacionales.
5. **Efectividad:** es la capacidad de conseguir el resultado que se busca
6. **Adobe Photoshop:** es un editor de gráficos desarrollado por Adobe Systems Incorporated y utilizado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos.
7. **Adobe InDesign:** es una aplicación para la composición digital de páginas desarrollada por la compañía Adobe Systems y dirigida a maquetadores profesionales.
8. **FreePik:** es un sitio web brindado para la facilidad de descarga de imágenes y vectores.
9. **Shutterstock:** es un proveedor global líder de imágenes, videos y música con licencia de alta calidad.
10. **Vectores:** imagen digital formada por objetos geométricos dependientes.
11. **Click:** es la acción de pulsar cualquier botón o tecla del dispositivo apuntador (mouse, touchpad o trackball) de la computadora.
12. **Millennial:** es aquel tipo de persona que llegó a su etapa adulta después del año 2000.
13. **Centennial:** un grupo demográfico de entre 0 y 18 años y se podría decir, de esta forma, que son los niños de hoy y los consumidores del mañana.
14. **Tablets:** es un dispositivo electrónico que tiene un tamaño intermedio entre el ordenador y el móvil.

15. **Apps:** es un programa que puede ser instalado en dispositivos móviles y computadores para que el usuario realice distintos tipos de tareas
16. **OPI:** Mobiliario urbano con aprovechamiento publicitario, principalmente en paradas de autobús que se ofrecen en régimen de circuitos.
17. **Flyers:** es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.

ANEXOS

Imagen 1: Lámina sobre Abejas

Chicos
LÁMINAS EDUCATIVAS
La Prensa

LAS ABEJAS

Las abejas son insectos voladores y polinizadores, lo que significa que van de flor en flor para obtener su néctar –del que se alimentan– y de pasada se llevan el polen. Su color es amarillo y negro a rayas, aunque existen varias especies diferentes.

Organización de las abejas

Tipos de colmena

A. Colmena de panales o marcos móviles son las utilizadas en la apicultura moderna.
B. Colmena de panales fijos, en donde las abejas construyen los panales de cera.

Productos de las abejas

Además de la miel y la cera, las abejas elaboran un buen número de productos apreciados por el mercado. Entre ellos tenemos el polen, el propóleo y la jalea real.

CRECIMIENTO DE UNA ABEJA

A. La reina pone un huevo por celda.
B. Una obrera alimenta a la larva y la larva alcanza su crecimiento máximo.
C. La obrera sella la celda y luego la larva se transforma en pupa.
D. La abeja abandona la celda.

ENFERMEDADES QUE AFECTAN A LAS ABEJAS

POLINIZACIÓN

La polinización es un proceso necesario para que las plantas se reproduzcan y el intercambio de polen entre las flores lo hace posible. Las abejas son las más eficientes para llevar a cabo esta tarea.

VARROA JACOBSONI

Los ácaros del género Varroa se consideran actualmente el mayor peligro para la salud de las abejas, a las que parasitan.

CRÍA SACCIFORME

El virus que infecta a la larva.

ASCOSFEROSIS

Enfermedad de las abejas producida por el hongo *Ascosphaera apis*.

Imagen 2: Lámina sobre animales marinos

Chicos
LÁMINAS EDUCATIVAS
La Prensa

ANIMALES MARINOS

EN PELIGRO DE EXTINCIÓN

La pérdida de hábitats, la sobreexplotación de especies para el consumo humano, la contaminación o el cambio climático hacen que cada año la lista de animales marinos en peligro de extinción aumente.

• Delfín cabeza blanca

También conocido como el delfín de Héctor, habita las regiones costeras de Nueva Zelanda. La forma del cuerpo es robusta sin un pico u hocico distinguible. La amenaza más significativa para la especie es la captura accidental por dispositivos de pesca.

• Pingüino de Galapagos

Este pingüino, endémico del archipiélago que le da nombre, es la especie que vive en libertad al norte del ecuador y es uno de los pingüinos más pequeños del planeta. Su reproducción está estrechamente ligada al medio ambiente, por lo que el cambio climático constituye la principal amenaza para su futuro.

CAUSAS DE LA EXTINCIÓN DE LA FAUNA MARINA

• Ballena azul

Es el animal conocido más grande que jamás haya poblado La Tierra. Estos majestuosos mamíferos marinos dominan los océanos con sus 30 metros de longitud y sus 180 toneladas de peso. La actividad de los barcos balleneros ha llevado a esta especie casi a su extinción.

• Atún rojo

Este pez puede medir más de tres metros, pesar 900 kilos y alcanzar velocidades de más de 65 km/h cuando persigue a sus presas. Los ejemplares de medio y de gran tamaño son muy perseguidos por el mercado japonés, donde se consumen como sushi y sashimi.

Peligro
La extinción del atún rojo tendría un efecto en cadena imposible de predecir en los ecosistemas del Atlántico norte, el Mediterráneo y el golfo de México, y conllevaría consecuencias graves para muchas otras especies de la cadena alimentaria.

• Tortuga carey

Especie de tortuga marina que se encuentra en peligro crítico de extinción debido a las prácticas de pesca humanas. Se distingue fácilmente de otras tortugas marinas por su pico puntiagudo y curvo con una prominente mandíbula superior. En países como China y Japón las pescan por su carne, considerada un manjar.

• Vaquita marina

Es uno de los cetáceos más pequeños del mundo, endémico de aguas mexicanas y que habita en la reserva de la biosfera del alto golfo de California, único lugar del mundo donde habitan. Su mayor amenaza es el uso indiscriminado de redes de enmalle para la pesca.

Prohibido
Actualmente tanto la caza como el comercio de las tortugas de Carey y sus productos derivados son ilegales en muchas naciones.

Evita usar

Recicla
Los plásticos que terminan como basura en el mar contribuyen a la destrucción de los hábitats y pueden provocar la muerte de miles de animales marinos cada año.

Imagen 3: Lámina de eclipse lunar

Chicos LÁMINAS EDUCATIVAS **La Prensa**

ECLIPSE LUNAR

En este fenómeno, los tres astros: Tierra, Sol y Luna se alinean en orden (como se muestra en la imagen). De esta manera, la Tierra bloqueará los rayos solares provenientes de la estrella roja, y se producirá una sombra en forma de cono que tapará por completo al satélite en el caso que la alineación sea perfecta.

Las sombras
Cuando la Tierra bloquea los rayos de luz del Sol se producen dos tipos de sombra. Por una parte la umbra, la cual es una sombra oscura que se produce cuando hay un eclipse total. Por otra parte está la penumbra, la cual es una sombra menos oscura que se produce cuando el eclipse es parcial.

Tipos de eclipse lunar

| | | |
|---|--|--|
| Eclipse parcial de Luna Se produce cuando solo una parte de la Luna entra en la umbra de la Tierra. | Eclipse total de Luna La Luna pasa por completo por la umbra de la Tierra y se oscurece. | Eclipse penumbral Se produce cuando la Luna pasa por la sombra penumbral de la Tierra y se oscurece un poco que es muy difícil distinguir. |
|---|--|--|

Próximo Eclipse Lunar
ENERO
21
2019

Durante los eclipses totales, la Luna se torna roja, lo que le dio el nombre popular de Luna de sangre. Este fenómeno se produce porque al no recibir luz del Sol, la Luna solamente recibe la luz reflejada en la atmósfera terrestre, la que le da este color, exactamente por el mismo motivo que se ven rojos los atardeceres.

Imagen 4: Lámina Siete Maravillas

Chicos LÁMINAS EDUCATIVAS **La Prensa**

Las 7 Maravillas del Mundo Moderno

Se denominan las nuevas siete maravillas del mundo moderno a los monumentos que resultaron ganadores en un concurso público e internacional en donde 100 millones de votos, a través de Internet y SMS, dieron como resultado esta clasificación.

Machu Picchu
Es un complejo arquitectónico que se sitúa a una altura bastante elevada ande en la zona de Cuzco, Perú. Fue construido por el emperador inca Pachacuti en el siglo XV. Está situado a una altura de 2,430 metros (7,970 pies) sobre el nivel del mar.

Cristo Redentor
Es una enorme estatua de Jesús de Nazaret con los brazos abiertos que se encuentra en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil. La estatua tiene una altura de 30.3 metros, más un pedestal de ocho metros.

Gran Muralla China
Es una antigua fortificación construida y reconstruida entre el siglo V A.C. y el siglo XVI. Se construyó para proteger al imperio chino durante las sucesivas dinastías imperiales, de los ataques de los nómadas nómadas de Mongolia y Manchuria.

Coliseo Romano
Es un anfiteatro de la época del Imperio Romano, construido en el siglo I y ubicado en el centro de la ciudad de Roma. En la antigüedad tenía un aforo para unos 65,000 espectadores, con ochenta filas de gradas.

Ciudad de Piedra
Es un importante enclave arqueológico en Jordania, y la capital del antiguo reino nabateo, cuyo poblado es la ciudad de Petra. Se trata de una ciudad construida con piedra viva, libremente, excavada y decorada en la roca.

Taj - Mahal
Es un monumento islámico construido entre 1631 y 1648 en la ciudad de Agra, estado de Uttar Pradesh (India), a orillas del río Yamuna, por el emperador musulmán Shah Jahan de la dinastía mogol.

Chichén Itzá
Es uno de los principales sitios arqueológicos de la península de Yucatán, en México. Se trata de una espléndida y extensa de la civilización maya. Las grandes construcciones propias de sus primeros habitantes muestran su gran conocimiento en astronomía, arquitectura y matemática.

Imagen 5: Lámina osos polares

Chicos LÁMINAS EDUCATIVAS **La Prensa**

OSOS POLARES

Estos magníficos animales carnívoros tienen la privilegiada virtud de adaptarse a las temperaturas más bajas e inclementes

AMENAZAS

Cacería
La caza irracional de este ejemplar lo ha puesto en peligro de extinción, por lo que la misma es objeto de regulación en varios países.

Contaminación global
Esta contaminación proviene de los gases de los 200 millones de coches y otros vehículos que se usan como fuente de energía, como forma de moverse o para calefacción.

Extracción de petróleo
Esta es una acción que conlleva un alto grado de contaminación y puede llegar a ser catastrófica, ya que causó severos daños al ecosistema.

CURIOSIDADES

- Por su anatomía es un gran nadador. Se puede encontrar hasta a 200 kilómetros de distancia de la superficie terrestre más cercana.
- Tiene un poderoso sentido del olfato, esto le permite encontrar a sus presas y evitar el peligro. Puede oler hasta algo a una milla de distancia.
- Por ser un carnívoro solo posee una boca con 42 dientes sumamente fuertes los utiliza para morder a sus presas, así como para comer.
- Algunos osos se alimentan de escorpiones o insectos escarabajos por humanos, a quienes les roban pescados que paman o secan o rebuscan en la basura.
- Se cree que más del 80 por ciento de calor para adaptarse al medio ambiente. Un adulto puede comer hasta 30 kilos de comida diaria.

SU PELAJE

Es casi transparente, lo que permite la penetración de los rayos solares para absorber el calor. Su piel es negra, pero un efecto visual hace que nuestros ojos la vean blanca.

SUS OJOS

Si ha creído que los osos polares tienen una visión muy clara, pero está muy lejos. Tienen ojos grandes y un par de pestañas adaptadas que les permite filtrar mejor el reflejo del sol en el nieve.

ALIMENTACION

Foca anillada 1,2m a 1,6m

Foca barbuda 1,2m a 1,6m

Morsa 2,7m a 3,6m

Ballena beluga 5,5m

HÁBITAT

Este hermoso animal vive en la zona más fría del planeta el Ártico. Aparece en las más bajas temperaturas.

Las poblaciones más grandes de osos se encuentran en Alaska, Groenlandia, Siberia y la Isla de Wrangell.

Si les ha visto merodeando en áreas donde hay comunidades humanas, incluso pueden adaptarse a vivir en ciudades en un pedregal.

SUS GARRAS

Los osos polares son los carnívoros más grandes del mundo. Sus patas son más de sobresalidos y fuertes que las de cualquier otro oso para poder caminar sobre la nieve o hielo y hacer grandes distancias. Sus garras son muy cortas, está las agudas a cavar en la nieve y las utilizan para cazar. Sus dos manos les sirven para atrapar a sus presas.

Imagen 6: Arte para Diario Deportivo Diez

SERIE EXCLUSIVA DESDE COLOMBIA

¿QUIEN SE SENTARÁ EN EL BANQUILLO DE LA H?

YouTube Instagram Facebook Twitter diez.hn dieztv

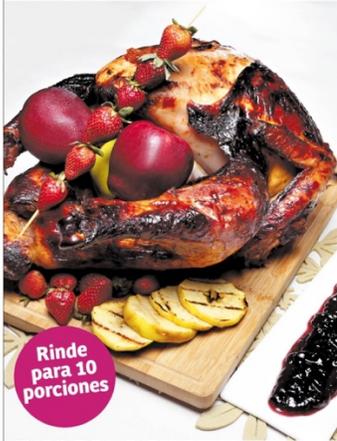
Lo damos todo por la afición

Imagen 7: Receta Buen Provecho en La Prensa

<round>tag</round>
Le Prensa

buen provecho

LA RECETA DE LA SEMANA



Rinde para 10 porciones

PAVO CON GLASEADO DE CIRUELA PASA

Preparación: 30 min. Tiempo total: 15 horas
Dificultad: Media Plato económica: L880

INGREDIENTES

- 1 pavo
- c/n sal
- c/n pimienta
- 2 tazas de vino blanco
- 6 dientes de ajo
- 1 taza de jugo de naranja
- 1 taza de jugo de ciruelas pasas
- 1 cucharada de mostaza
- 1 taza de ciruelas pasas
- 1 barra de mantequilla amarilla

PASO A PASO

1. Lavar el pavo y secar bien. Embadurnar con abundante sal y pimienta.
2. Con ayuda de una jeringa de cocina, inyectar al pavo con vino blanco. Reservar.
3. En la licuadora mezclar el resto de ingredientes a excepción de las ciruelas pasas y mantequilla amarilla.
4. Colocar el pavo en un molde para horno y bañar con la mezcla anterior, agregar una barra de mantequilla amarilla y tapar con papel aluminio o meter en una bolsa, marinar mínimo 12 horas.
5. Precalentar el horno a 400 °F y cocinar 3 horas y 15 minutos destapado para dorar. Retirar del horno y reservar.
6. En la licuadora triturar las ciruelas pasas y agregar un poco del líquido de cocción del pavo, cocinar en una cacerola a fuego medio durante 5 minutos.
7. Servir el pavo con la salsa de ciruela.

Para suscribirse a la revista **Buen Provecho** llama a los teléfonos:
San Pedro Sula 2552-3646,
Tegucigalpa 2236-7679 y
La Ceiba 2440-2606.



COMPRA LA EDICIÓN DE OCTUBRE Y DAR GRACIAS

Imagen 8: Tarjeta electrónica para app de Buen Provecho

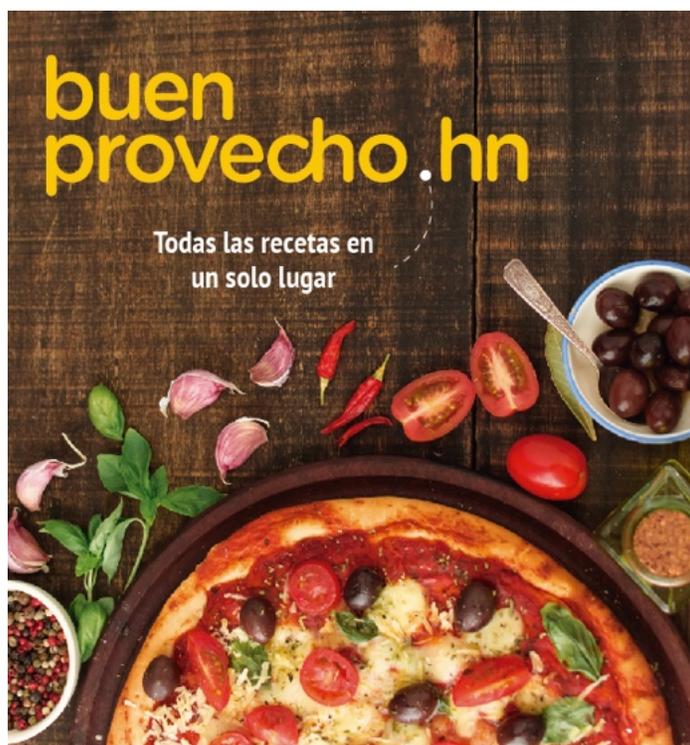


Imagen 9: Tarjeta electrónica para app de Estrategia y Negocios



Imagen 9: Tarjeta electrónica para app de La Prensa

