



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PRÁCTICA PROFESIONAL

GRUPO KARIM'S

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

21641087

NELLY GABRIELA PINEDA PAGOAGA

ASESOR: LIC. GREACY PINEDA

CAMPUS SAN PEDRO SULA;

JULIO, 2020

DEDICATORIA

Se la dedico al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo. Siempre será la luz que guía mi andar.

A el corazón inmaculado de la virgen María mi protectora, que con su inmenso amor me ha guiado durante mi práctica profesional, dándome fuerzas para salir adelante cada día.

Mi madre Nely Pagoaga Nini que ha sido mi apoyo incondicional durante mi vida y mi admiración como mujer.

A mi hermana Nora Alejandra Pavón Pagoaga que estuvo presente en todos mis momentos de mi carrera y fue mi soporte durante mis días difíciles.

Y a mi familia por el apoyo que me han dado en el transcurso de mis días en la universidad.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis catedráticos, por guiarme en el camino del aprendizaje y formarme en todo mi proceso académico.

Agradezco a Grupo Karim's por haberme dado la oportunidad de realizar mi práctica profesional y poder desenvolverme en práctica mis conocimientos y formar parte por este corto tiempo del sector productor del país.

Agradezco a mis amigos, que con el paso del tiempo se convirtieron en un gran apoyo. Agradeciendo su presencia en mi vida.

RESUMEN EJECUTIVO

Como requerimiento para graduarse de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) se le da al practicante la opción de hacer una práctica profesional o un proyecto de graduación a los alumnos de La Escuela de Arte y Diseño. En este caso se eligió la práctica como la ruta para poderse graduar. La práctica se desarrolló en el lapso de 10 semanas, entre los meses de abril a julio. La compañía en la cual se realizó la plaza fue Grupo Karim's en la ciudad de San Pedro Sula. El practicante en este periodo aplicó su talento y conocimientos adquiridos durante su formación universitaria para el apoyo de la compañía.

Grupo Karim's es uno de los más sólidos e innovadores grupos en la región centroamericana. Inició en Pakistán hace 40 años y en Honduras en 1991. Hoy se ha convertido en una Corporación Multinacional privada cuyos rubros principales son el sector textil y bienes raíces. Además, reconoce a sus clientes como socios estratégicos, valora el recurso humano como su recurso más importante y se distingue por contar con una cultura de servicio que le permite lograr sus metas y superar siempre las expectativas.

Este proyecto se realizó para poner a prueba las habilidades y destrezas del practicante y entrar en un área laboral más difícil con el motivo de poder cumplir con horas y días metas para crear diseños en tiempos cortos. Muchos factores hicieron escoger dicha plaza entre los cuales influyó la notoriedad y prestigio de la compañía, el alcance de los trabajos, la carga de trabajo y sobre todo el área donde estarían dirigidas las actividades.

La adaptación fue un poco difícil por la situación que está viviendo el planeta por la pandemia del COVID-19 pero en el proceso se fue alcanzando metas y se logró mantener una buena comunicación con la empresa pudiendo desempeñar de una buena manera lo solicitado por ellos hacia el practicante.

A continuación, se presenta el registro de las actividades y la labor realizada durante el periodo de tiempo en el cual se realizó la práctica profesional.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	2
2.1 OBJETIVO GENERAL	2
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
III. MARCO CONTEXTUAL	2
3.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	3
3.1.1 MISIÓN	3
3.1.2 VISIÓN.....	3
3.1.3 VALORES	3
3.1.4 ORGANIGRAMA	5
3.1.5 UBICACIÓN.....	5
3.2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO	6
3.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	7
3.3.1 ENUNCIADO/ PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
3.3.2 JUSTIFICACIÓN	9
IV. MARCO TEÓRICO	11
4.1 CONTENIDOS VISUALES EN REDES SOCIALES.....	11
4.2 PUBLICIDAD	13
4.3 PLAN DE CONTENIDO (CRONOPOST)	16
4.4 EDICIÓN DE VIDEOS	18
4.5 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.....	22
V. METODOLOGÍA	28
5.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	28
5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	29
5.3 CRONOLOGÍA DEL TRABAJO	30

VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	36
6.1 ACTIVIDAD 01: ARTE DÍA DEL TRABAJADOR	36
6.2 ACTIVIDAD 02: TEMÁTICA DEL DÍA DE LA MADRE	37
6.3 ACTIVIDAD 03: AFICHES DE MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD CONTRA EL COVID-1938	
6.4 ACTIVIDAD 04: ARTE TIE DYE PARA ALTARA	39
6.5 ACTIVIDAD 05: LÍNEA GRAFICA DE MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA ALTARA	40
6.6 ACTIVIDAD 06: VIDEO DE PROTOCOLO AL LLEGAR A CASA.....	41
6.7 ACTIVIDAD 07: ARTE PUBLICITARIO DE ALTARA LOS BENEFICIOS DEL CAFÉ.	42
6.8 ACTIVIDAD 08: CAMPAÑA PUBLICITARIA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN PARA ALTIA.	43
6.9 ACTIVIDAD 09: LÍNEA GRAFICA DE STICKERS DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL COVID-19.....	44
6.10 ACTIVIDAD 10: CAMPAÑA PUBLICITARIA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN PARA ALTIA.	45
6.11 ACTIVIDAD 11: AFICHE PARA SIGN UP GET A JOB DE ALTIA.....	46
6.12 ACTIVIDAD 12: EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS PARA ALTIA.	47
6.13 ACTIVIDAD 13: CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA SHOP & GO.	48
6.14 ACTIVIDAD 14: AFICHES DE BIOSEGURIDAD PARA ALTIA Y GREEN VALLEY. ...	49
6.15 ACTIVIDAD 15: AFICHES DE BIOSEGURIDAD PARA GREEN VALLEY.	50
VII. PROPUESTA DE MEJORA	51
7.1 CREACIÓN DE UN PLAN DE CONTENIDO (CRONOPOST) PARA GRUPO KARIM'S ...	51
7.1.1 COSTO DEL PLAN DE CONTENIDO (CRONOPOST)	53
TABLA 11 COSTOS DEL CRONOPOST.....	53
TABLA 12 COSTO PROMEDIO DEL MERCADO	53
TABLA 13 COSTO ELABORACIÓN CRONOPOST DISEÑADOR GRÁFICO FREELANCE	54
7.2 PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD AUDIOVISUAL.....	55

7.2.1 COSTOS DE LA ELABORACIÓN DE VIDEOS AUDIOVISUALES	57
7.3 FALTA DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	58
7.3.1 COSTOS DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.....	61
VIII. CONCLUSIONES.....	62
IX. RECOMENDACIONES	63
9.1 RECOMENDACIONES A GRUPO KARIM'S	63
9.2 RECOMENDACIONES A UNITEC	63
9.3 RECOMENDACIONES AL ESTUDIANTE	64
X. CONOCIMIENTOS APLICADOS	65
XI. VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA.....	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS	70

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama de la Empresa	5
Ilustración 2 Redes Sociales	12
Ilustración 3 Ranking de Medios Digitales	13
Ilustración 4 Publicidad.....	14
Ilustración 5 Rentabilidad de la Publicidad.....	15
Ilustración 6 Publicidad Impresa	15
Ilustración 7 Diseño de Plan de Contenido.....	17
Ilustración 8 Máquina de Edición La Ampex VRX-1000.....	19
Ilustración 9 Comercial de Doritos	20
Ilustración 10 Editor de Videos	21
Ilustración 11 Manual de Identidad Corporativa Spotify	22
Ilustración 12 Psicología del color	24
Ilustración 13 La importancia de la tipografía	25
Ilustración 14 Imagen Corporativa Plasmada.....	26
Ilustración 15 Día del Trabajador.....	36
Ilustración 16 Día de la madre.....	37
Ilustración 17 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19.....	38
Ilustración 18 Arte Tie Dye	39
Ilustración 19 Medidas de seguridad para Altara	40
Ilustración 20 Protocolo de llegada a casa.....	41
Ilustración 21 Conoce los beneficios del café	42
Ilustración 22 Medidas de prevención para Altia.	43
Ilustración 23 Stickers medidas de prevención contra el COVID-19	44

Ilustración 24 Medidas de prevención para Altia.	45
Ilustración 25 Afiche para sign up get a job de Altia	46
Ilustración 26 Edición de fotografías para Altia	47
Ilustración 27 Publicidad para Shop and Go.....	48
Ilustración 28 Afiches de bioseguridad para Green Valley y Altia	49
Ilustración 29 Afiches de bioseguridad para Green Valley.....	50
Ilustración 30 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados.....	52
Ilustración 31 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados.....	52
Ilustración 32 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados.....	54
Ilustración 33 Video protocolo llegada a casa	56
Ilustración 34 Video protocolo llegada a casa	56
Ilustración 35 Identidad Corporativa de Green Valley	59
Ilustración 36 Manual de identidad corporativa de bienes y raíces.....	60
Ilustración 37 Manual de identidad corporativa Textiles Honduras	60

Índice de Tablas

Tabla 1 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 1	30
Tabla 2 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 2	31
Tabla 3 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 3	31
Tabla 4 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 4	32
Tabla 5 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 5	33
<i>Tabla 6 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 6</i>	<i>33</i>
Tabla 7 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 7	34
Tabla 8 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 8	34
Tabla 9 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 9	35
Tabla 10 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 10...	35
Tabla 11 Costos del Cronopost	53
Tabla 12 Costo Promedio del Mercado	53
Tabla 13 Costo elaboración cronopost diseñador gráfico freelance.....	54
Tabla 14 Costos de elaboración de video.....	57
Tabla 15 Costo de contratación de modelos.....	57
Tabla 16 Costo Promedio del Mercado	58
Tabla 17 Costos de Manual de identidad corporativa	61
Tabla 18 Costo Promedio del Mercado	61
Tabla 19 Cronología semana 01.....	98
Tabla 20 Cronología semana 02.....	101
Tabla 21 Cronología semana 03.....	103
Tabla 22 Cronología semana 04.....	105
Tabla 23 Cronología semana 5.....	107

Tabla 24 Cronología semana 6.....	110
Tabla 25 Cronología semana 7.....	112
Tabla 26 Cronología semana 8.....	114
Tabla 27 Cronología semana 9.....	117
Tabla 28 Cronología semana 10.....	119

GLOSARIO

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.

Adobe Premier: es un software de edición y posproducción de vídeo desarrollado por Adobe y orientado a la edición de vídeos profesionales.

Software: es un vocablo inglés, que ha sido tomado por otros idiomas como el español para hacer referencia a determinados aplicativos en la informática.

Anglosajones: [persona] Que pertenecía a los pueblos germánicos que invadieron Gran Bretaña en los siglos V y VI.

Audiovisual: Que se basa en la utilización conjunta del oído y de la vista, mediante imágenes y sonidos grabados, en especial para elaborar material didáctico o informativo.

Bioseguridad: conjunto de normas preventivas y protocolos aplicables a diversidad de procedimientos que se utilizan en la investigación científica para proteger la salud.

Brief: Es el documento que contiene las informaciones que serán utilizadas para poder llevar a cabo un proyecto de marketing y publicidad requerido por un cliente.

Bocetaje: Esquema o proyecto que contiene solamente los rasgos principales de una obra artística o técnica.

Boletines: En algunos países, publicación periódica sobre asuntos científicos, históricos o literarios publicada generalmente por una institución.

Call center: Un call center es un canal de comunicación entre sus clientes, o potenciales clientes, y su empresa. La responsabilidad de un call center es administrar las llamadas telefónicas de una organización, con el propósito de hacer más eficiente los procesos de atención y ventas que las empresas brindan por este medio.

Campañas: Conjunto de actividades o de trabajos que se realizan en un período de tiempo determinado y están encaminados a conseguir un fin.

Campañas publicitarias: es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer.

Capas de Ajuste: Una capa de ajuste aplica ajustes de color y de tono a la imagen sin cambiar permanentemente los valores de píxeles. Por ejemplo, en lugar de efectuar un ajuste de niveles o de curvas directamente en la imagen, puede crear una capa de ajuste de niveles o de curvas.

Community Management: Es una disciplina, en vías de convertirse en ciencia y arte a la vez, enteramente dinámica, y por qué no, divertida; que requiere de mucho profesionalismo, tacto social y conocimiento de las redes sociales, muy centrada en la dinamización y/o creación de comunidades.

Community manager: es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet.

Comunicación social: Se conoce como comunicación social al conjunto de los estudios científicos que analizan todo lo vinculado al desarrollo de los procesos comunicativos en una sociedad. Entre sus objetos de estudio

aparecen los medios de comunicación masivos, las formas de expresión y la construcción de la información.

COVID-19: Son virus envueltos de ARN de sentido positivo no segmentados que pertenecen a la familia Coronaviridae y al orden Nidovirales, y se distribuyen ampliamente en humanos y otros mamíferos, originando múltiples afecciones que van desde una gripe común hasta la muerte.

Cronopost: Es una estrategia de creación y gestión de información que debe estar asociada a la marca.

Diseño gráfico: Es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer necesidades de comunicación visual.

Display: Dispositivo de un aparato electrónico o pantalla donde se muestra visualmente cierta información.

Ejecutivo de Comercialización: Es una persona que se dedica a vender los productos o servicios de la empresa por lo que su función principal es detectar necesidades ocultas del cliente y ofrecer dichos productos o servicios con el fin de satisfacer dichas necesidades.

Ejecutivo de Mercadeo: Persona encargada del proceso de identificar las necesidades del medio con respecto a un producto o servicio.

Facebook: Es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. Su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

HI5: Es un popular sitio web que funciona como red social. Consiste en un sitio interactivo en el que las personas pueden estar conectadas de

manera sencilla y entretenida. Más de 70 millones de personas lo usan en el mundo y es especialmente usado en Latinoamérica.

Instagram: Es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeos con otros usuarios

Línea gráfica: Una línea gráfica es la identidad del negocio en redes sociales, es la marca personal que va a diferenciar tu estilo del resto de las marcas y de la competencia.

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

Magnetoscopio: Aparato para grabar imágenes y sonidos de video en una cinta magnética que después puede reproducirse y verse en la pantalla de un televisor.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Material POP: El material P.O.P. (Point of Purchase) literalmente, «punto de compra» en inglés, corresponde a todos los implementos destinados a promocionar una empresa, que se entregan como regalos a los distribuidores, para implementar al interior del punto de venta.

Millennials: Se refiere a los nacidos entre 1982 y 1994. ... Los millenials, nombre que deriva de milenio en inglés, son considerados una generación que creció con la tecnología y la cultura popular desarrollada entre los años 80 y 2000, por lo tanto, son personas familiarizadas con la tecnología.

Montaje: El montaje audiovisual es el proceso consistente en unir trozos de película para crear distintas secuencias, generalmente siguiendo un

guion cinematográfico o idea del director de cine que termina en una cinta final.

MySpace: Sitio web, de interacción social constituido por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno.

Pancartas: Papel, cartulina o tela, generalmente grandes, en que se escriben frases o consignas para mostrarlas en manifestaciones o actos públicos.

Plugins: Un plugin es aquella aplicación que, en un programa informático, añade una funcionalidad adicional o una nueva característica al software. En nuestro idioma, por lo tanto, puede nombrarse al plugin como un complemento.

Posproducción: Conjunto de procedimientos seguidos a partir de la grabación hecha de una película de cine o video, o de un programa de televisión o de radio para su realización final.

Psicología del color: La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

Stickers: Una pegatina (a menudo también denominada adhesivo, calcomanía o sticker, del inglés to stick, pegar) es un soporte de texto o imágenes impresas o serigrafiadas sobre una lámina de vinilo o papel en cuya parte posterior se ha dispuesto de una fina capa de adhesivo.

Tipografía: Técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que, entintados, se aplican sobre el papel.

Twitter: Es el nombre de una plataforma de microblogging que permite comunicarse y compartir contenidos en tiempo real desde cualquier lugar en el mundo a través de internet.

Vallas publicitarias: Una valla publicitaria y/o panel publicitario es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios.

Wifi: Tecnología que permite conectar diferentes equipos informáticos a través de una red inalámbrica de banda ancha.

I. INTRODUCCIÓN

La práctica profesional se llevó a cabo en la empresa Grupo Karim's. Altia Boulevard, GK Tower Sector N.O. Km2 San Pedro Sula, Honduras, Centroamérica.

Se inició con la inducción a los procesos y elaboración de diseños en el departamento de mercadeo que este mismo se encarga de la creación de publicidad, campañas que generan impacto relevante en la actualidad. Dicho departamento se encarga en la toda la elaboración de líneas gráficas destinadas al consorcio de empresas Grupo Karim's, sin embargo, se han llevado a cabo varias ilustraciones, entre las cuales destacan la temática de bioseguridad contra el COVID-19 que atraviesa nuestra sociedad.

El practicante es el encargado de crear nuevas y diferentes formas de comunicaciones gráficas como objetivo principal de atraer al consumidor para tener una oportunidad de compra.

Por un periodo de diez semanas el pasante de diseño gráfico tendrá la oportunidad de crecer como profesional, obteniendo nuevos conocimientos. Al mismo tiempo, al tener un análisis profundo de la empresa, se apreciaron oportunidades de mejora en las cuales el practicante podrá solucionar a través de propuestas que facilitarán a la empresa.

Este informe detalla las distintas actividades realizadas en la empresa Grupo Karim's y sus afiliados en el área de mercadeo desde el 27 de abril al 03 de Julio del 2020. Aquí se podrá leer a detalle los distintos conocimientos aplicados.

II. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar las habilidades profesionales adquiridas en diseño, creando propuestas creativas, materiales audiovisuales y gráficos e identificando oportunidades de mejora requeridas para lograr la comunicación publicitaria de Grupo Karim's y sus empresas afiliadas.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir un plan de contenido interactivo que generé mayor impacto en las plataformas de comunicación de la empresa durante las diez semanas de práctica.
- Crear líneas gráficas a través de material audiovisual para hacer más confortable el crecimiento publicitario de la organización y a su vez promover la visita en las diferentes redes sociales a lo largo del tiempo que comprende la práctica profesional.
- Colaborar con la empresa en la realización de diseños de campañas publicitarias a nivel interno, teniendo como prioridad la seguridad laboral dentro de Grupo Karim's a largo plazo.

III. MARCO CONTEXTUAL

3.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Grupo Karim's

El Grupo Karim's y sus afiliados buscan tener presencia constantemente en las redes sociales, es por esto que el área de mercadeo tiene que estar activa y pendiente de las mismas actualizándolas con publicaciones que buscan entretener y tener presencia en la mente de sus usuarios.

3.1.2 Misión

- Ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles a través de productos y servicios que siempre excedan las expectativas del cliente, contribuyendo a una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores, clientes y la comunidad.

3.1.3 Visión

- Ser líder global en soluciones verticalmente integradas en el rubro textil y prendas de vestir, como también en el desarrollo de proyectos inmobiliarios llave en mano. Ser competitivos a nivel mundial a través de la calidad superior, enfoque centrado en el cliente y la innovación continua.

3.1.4 Valores

Excelencia en Servicio al Cliente

- Tenemos un compromiso hacia la excelencia y superar diariamente las expectativas y experiencias del cliente, con altos estándares de calidad tales como seguridad, confianza, accesibilidad y cortesía. Como socio estratégico, nos esforzamos en ser un factor de éxito para nuestros clientes, creando soluciones rentables a través de nuestros productos y servicios.

Innovación

- Grupo Karim's tiene un compromiso con la sostenibilidad de sus negocios mediante la innovación. Nosotros buscamos introducir nuevas ideas y métodos a lo largo de la cadena del negocio, con la meta de crear soluciones accesibles y únicas para las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

Construyendo Relaciones

- Los clientes y colaboradores son el centro de nuestro negocio. Cada día nos esforzamos en crear y fomentar relaciones valiosas con todos nuestros colaboradores internos y externos porque ellos conforman la esencia de Grupo Karim's.

Crecimiento y Desarrollo Profesional

- Nuestros colaboradores son el recurso más valioso. Nosotros estamos comprometidos al desarrollo profesional de cada miembro de nuestro equipo, creando competencias y habilidades para que Grupo Karim's continúe siendo líder en la industrial textil y desarrollo de bienes raíces.

Responsabilidad Social Empresarial

- Grupo Karim's tiene el compromiso de fortalecer y desarrollar las comunidades de bajo recursos que rodean nuestros negocios alrededor del mundo, mediante iniciativas sostenibles en educación, salud, medio ambiente y desarrollo de infraestructura.

3.1.5 Organigrama

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL BIENES RAÍCES

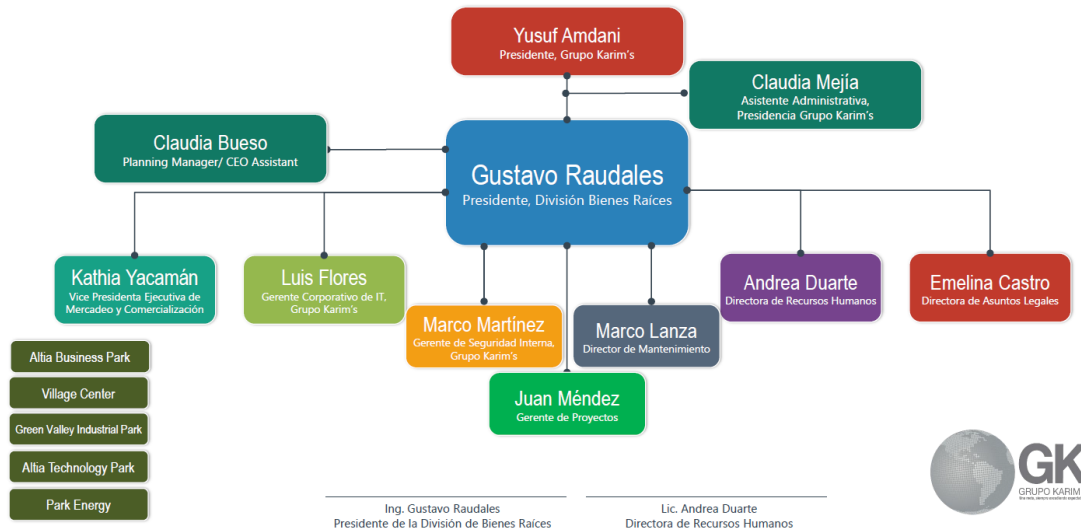


Ilustración 1 Organigrama de la Empresa

Fuente (Grupo Karim's 2020)

3.1.6 Ubicación

Grupo Karim's se encuentra ubicado en Altia Boulevard, GK Tower Sector N.O. Km2 San Pedro Sula, Honduras, Centroamérica.

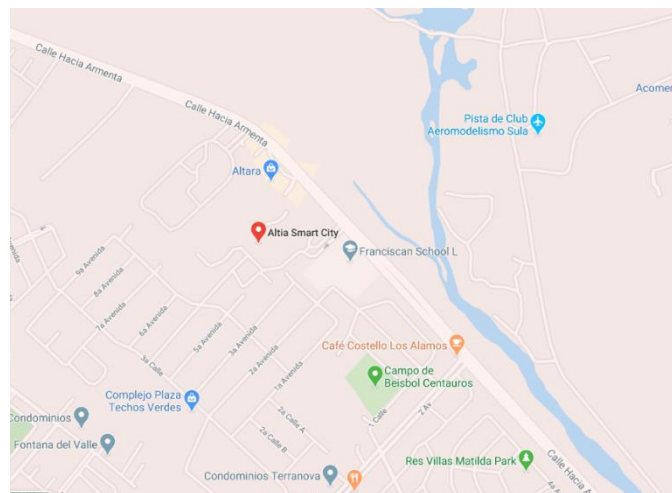


Ilustración 2 Ubicación Grupo Karim's

Fuente (Google maps 2020)

3.2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO

El puesto asignado del practicante se encuentra dentro del área de mercadeo que lo conforma la Vice-presidenta Ejecutiva de Mercadeo y Comercialización Kathia Yacamán, seguidamente en el departamento de mercadeo Daniela Gómez como jefe de mercadeo y Denisse López como community manager, que finalizando con el diseñador gráfico Nelly Pineda Pagoaga. El departamento en el cual se desempeña el Practicante es conocido como Community Management. Dicho departamento genera contenido enfocado a redes sociales para la mayoría de las sub-compañías de Grupo Karim's. La empresa no tiene, por el momento, a un diseñador gráfico dentro de su organización, y normalmente, usan a practicantes o generan su propio contenido con el talento disponible dentro de la empresa.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEPARTAMENTO DE MERCADEO

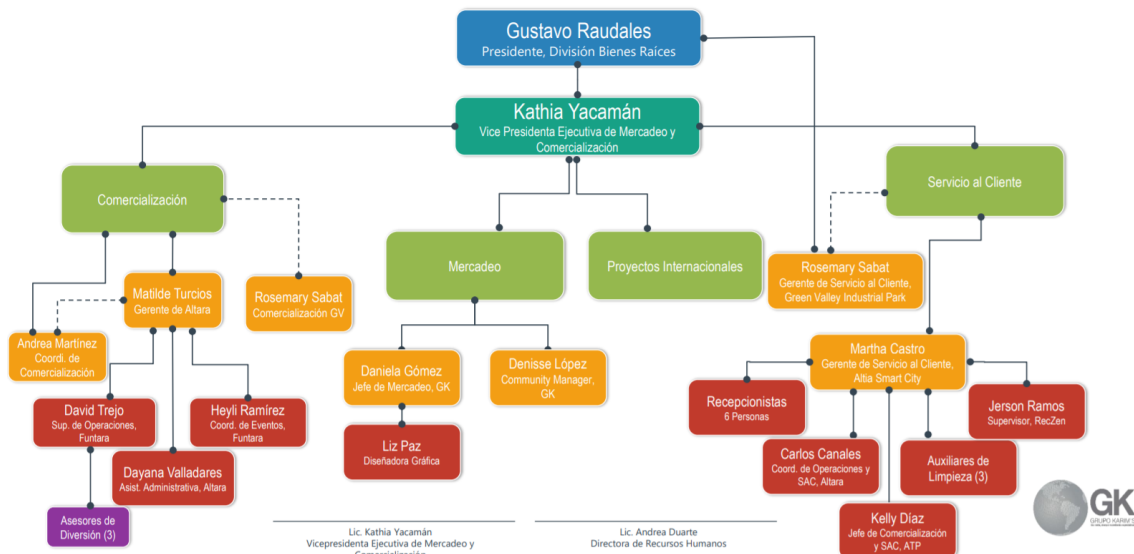


Ilustración 3 Organigrama del departamento de mercadeo

Fuente (Grupo Karim's 2020)

3.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En los años recientes el departamento de mercadeo se ha encargado de realizar las actividades entre las distintas áreas de la compañía entre ellas se encuentra el diseño gráfico, en donde afirmamos que la falta de financiamiento para la contratación de un profesional del diseño gráfico, dicha área se ha visto afectada por el sobrecargo de trabajo de toda la empresa.

El área de mercadeo se encarga de todas las actividades de marketing de Grupo Karim's y sus afiliados. Una situación que complica el desarrollo organizacional en el departamento, aparte de no integrar con un recurso humano especializado en el diseño es el no contar con un calendario con fechas estipuladas y trabajos de cada dos semanas. Cuando se aplica la implementación de un calendario gráfico esto permite que la organización en cuanto el trabajo fluya de manera constante, al mismo tiempo se obtiene un orden en base a las fechas ya estipuladas de cada empresa. Debido a la falta de planificación estratégica a nivel organizacional el departamento de mercadotecnia ha caído en una rutina de dejar de ejecutar ciertos proyectos para hacer otros que se le solicitan de último momento, este factor resalta de manera clara la sobrecarga laboral antes mencionada. Cuando se ejecuta de manera correcta el calendario se tendrá un orden a la hora de realizar un proyecto.

Hay diversos elementos en materia de diseños gráficos que pueden favorecer la innovación del área de mercadeo como la edición de videos que ayuda a visualizar al público con temáticas de gran relevancia como por ejemplo las medidas de precaución contra el COVID-19. Es bien importante identificar la diversidad y la cultura al momento de tratar de utilizar a humanos como elementos visuales en la publicidad.

Por lo general el área de mercadeo genera su propio contenido para campañas publicitarias en donde únicamente eran especializadas al sector laboral (call center). El problema es que muchas actividades de publicidad no han sido dirigidas a audiencias claves, por lo tanto, Grupo Karim's a través del departamento de mercadeo se esmera en realizar publicidad dirigido a todo tipo de audiencia en el campo laboral.

El área de marketing no cuenta con un folder de logos en sus diferentes formatos editable y de imagen para sus diferentes logos de las empresas nacionales e internacionales, lo que causa una desorganización cuando llegan practicantes a la empresa o empleados que necesiten el recurso, Un folder de logos es la organización de las diferentes identidades de cada compañía, se utiliza en cualquier situación que necesiten el logo de alguna empresa.

3.3.1 Enunciado/ Planteamiento del Problema

3.3.1.2 FALTA DE CHRONOPOST EN EL DEPARTAMENTO DE MERCADEO

Actualmente el departamento de mercadeo carece de un plan de contenidos (Chronopost) que es el método mediante el cual se crea y se programa la estrategia de diseños.

Esta metodología de creación y gestión de información apoyara a esta dependencia a cumplir con sus distintos proyectos para generar atención al público objetivo.

- Crear contenido para captar la atención de un potencial cliente. Así poder convertirlo en un comprador.
- Planificar temas que generen interés a las diferentes áreas empresariales y que funcionen como pilar para el contenido. (Peralta, 2018)

3.3.1.3 FALTA DE PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

Grupo Karim's tiene su presencia publicitaria en sus artes, pero carecen de la parte de edición de videos, estudios recientes demuestran que el 90% de los consumidores presenta mayor interés y confianza en las empresas que utilizan videos educativos y publicitarios. Por lo tanto, este es una de las herramientas en las cuales se pretende innovar y fortalecer el departamento de mercadotecnia.

El vídeo te permite explicar tu mensaje con muchos más recursos y de una manera mucho más creativa y emocional. Las imágenes, sonidos, montaje y voz en off son mucho más efectivos para contar tu historia y

evocan a la imaginación a ser más empático ante lo que quieres anunciar. Además, está demostrado que el 75% de los usuarios recuerda mucho mejor una marca después de haber consumido vídeos de la misma ya que le da un mayor atractivo y les ayuda a entenderlo. (Amengual, 2018)

3.3.1.4 FALTA DE UN ARCHIVO DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Grupo Karim's y sus afiliados presentan una falta de organización a la hora de obtener los logos en sus diferentes formatos. Y por lo general causa retraso a la hora de entregar un trabajo y resulta incómodo contactar al jefe inmediato ya que debido a su función en la organización no hay una comunicación efectiva por lo tanto el practicante se le dificulta culminar sus proyectos.

3.3.2 Justificación

Después de analizar la problemática, se realiza el planteamiento de la implementación de un plan de contenido (Chronopost), ya que ordena y facilita a las diferentes áreas de la empresa que agenda los diseños. Esto será de mucho aprovechamiento ya que es indispensable para el trabajo y línea gráfica del área de mercadeo.

Este plan será de gran utilidad porque es una herramienta que le dará gran apoyo al departamento de mercadotecnia y futuros practicantes del área de diseño.

Un plan de contenido (Chronopost), ayuda a la unidad de mercadeo con los siguientes beneficios. Definir los objetivos como Grupo Karim's, Planificando estrategia para conseguirlos, por otro lado, es de suma importancia escucha las necesidades de los clientes para así crear contenidos útiles para ellos, y por ultimo difundir dichos contenidos en redes sociales.

La compañía cuenta con una falta de videos audiovisuales, que pueda sincronizar en la población hondureña. Por lo tanto, utilizar estos medios ayudaría a contribuir de manera eficaz a Grupo Karim's innovando y perfeccionando la manera de cómo llegar a la sociedad.

Debido a los múltiples problemas de organización es indispensable elaborar un archivo de identidad corporativa que apoyará en tener todos los formatos en los que se necesita un logo en los cuales son editable y en imagen ya que Grupo Karim's cuenta con muchas empresas afiliadas también en el extranjero. Esta herramienta será de gran utilidad tanto para la organización específicamente el departamento de mercadotecnia y para las futuras generaciones de practicantes de diseño Gráfico.

IV. MARCO TEÓRICO

El marco teórico facilita la recolección de información y de datos para tener un mejor conocimiento de los temas tratados en el informe de práctica profesional. A continuación, se plantean las áreas ejecutadas por el practicante.

4.1 CONTENIDOS VISUALES EN REDES SOCIALES

¿Qué es exactamente una red social? Se trata de sitios web y/o aplicaciones que permiten a personas, en (casi) cualquier lugar del mundo, compartir contenido en tiempo real y de manera eficiente y rápida. Formando así comunidades en donde la discusión e interacción es posible. (Escobar, 2020)

Una de las herramientas modernas que ha venido a darle un giro de treientos sesenta grados a la vida y específicamente a la vida social como tal es el internet, las comunicaciones son más directas y eficaces debido a esta red que conecta a millones de personas en los cinco continentes del planeta.

El aspecto social es importante en las personas, la revolución que se ha dado desde que se inventó el internet es radical, se han modificado la forma de hacer banca, la educación, tramites, comunicación y un largo etcétera gracias al internet y por ende a las redes sociales.

Así pues, las tecnologías de la información han forjado cambios fundamentales en toda la sociedad posibilitando el paso de la era industrial a la era de redes. Las redes sociales han llegado al punto de modificar nuestros hábitos, es decir es un cambio grande que nos proporciona la idea de acortar distancias con las distintas personas del mundo.

La primera red que llego a posicionarse en la mente de los consumidores hondureños fue sin lugar a dudas el HI5, fue la primera experiencia para quienes entraban al mundo de las redes sociales, se intercambiaban mensajes, fotos e historias, luego entro a la historia el MySpace que fue una red social que revoluciono el mercado ya que era más conocido por los europeos y Anglosajones, esto ocasionó que un mayor número de personas tuviese un contacto con las redes sociales, luego de eso el Facebook acaparo

la atención de todo el mundo, así como el Twitter y el Instagram, hay un sin número de redes sociales actualmente.

Los que impulsaron mayormente las redes sociales fueron los jóvenes, pero en la actualidad personas de todas las edades tienen sus cuentas en alguna red social, la mayoría de los extractos sociales tienen su perfil.



ILUSTRACIÓN 2 REDES SOCIALES

Fuente (Atalayar.com)

Las empresas y compañías han visto un potencial enorme para dar a conocer sus productos y servicios por medio de las redes sociales ya que llegan a un mayor número de personas y no únicamente a las que se presenta a las instalaciones, el mundo virtual le abre las puertas a un número más grande de potenciales clientes.

Las campañas gráficas han venido a revolucionar el mundo de la publicidad virtual y esto ha mejorado el concepto mismo de publicidad, se tiene más formas de llegar a las personas por medios audiovisuales.

La publicidad en redes sociales consiste en mostrar anuncios pagados por marcas a los usuarios de una red social, ya sea entremezclados en el contenido o en forma de display. Por regla general, estos anuncios siguen un modelo de coste por clic, esto es, que el anunciante solo paga si un usuario hace clic en el anuncio.



Ilustración 3 Ranking de Medios Digitales

Fuente (Periódico El Economista)

Por lo general, se utilizan fotografías, videos y publicaciones que permiten a los cibernautas a reaccionar e interactuar a través de estos medios. En muchos casos algunas compañías ofrecen recompensas, premios, anuncios o regalías por la interacción virtual usando algunas de estas plataformas de comunicación social.

Usando lo anterior, las empresas pueden crear publicidad más efectiva al tipo de audiencia que ellos quieren atraer, otorgando exclusividad a los clientes deseados. Sin mencionar el clásico valor agregado que se puede obtener por ello.

4.2 PUBLICIDAD

La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. (Giraldo, Rock Content., 2020)

La publicidad es una actividad con repercusiones económicas muy altas, contribuye a la expansión de las ventas y de igual forma a expandir una marca y posicionarla en la mente de los consumidores, por su contenido informático

es una herramienta de gran utilidad, creando la necesidad en los consumidores de un producto o servicio.

Tradicionalmente ha existido una tendencia a medirla en términos de ventas o de cambios de comportamiento del consumidor, olvidando que en la demanda y en el comportamiento del mercado intervienen, además de la publicidad, otros elementos de diferente índole tales como el precio, las promociones, las políticas comerciales de los competidores, etc.



Ilustración 4 Publicidad

Fuente (Camping Profesional)

Debido al notable incremento de las campañas publicitarias en los últimos años, la evaluación de la eficacia de la publicidad se conforma como un elemento clave para determinar si se han logrado o no los objetivos establecidos, calcular la rentabilidad de esas inversiones, y asegurar con una mayor probabilidad el éxito de campañas futuras.

4.3 PLAN DE CONTENIDO (CRONOPOST)

Un plan de contenidos es el método mediante el cual crearemos y programaremos nuestra estrategia de contenidos. Toda marca, tanto en internet como fuera, debe trazar una estrategia de captación de clientes. (López, 2016)

Esta herramienta no solo es importante para llevar un control en las publicaciones y evitar aglomeración y pérdida de tiempo al momento de seleccionar contenido, pues para eso se realiza el plan de contenido, para adelantar el trabajo y tenerlo sistematizado al punto de saber que eventos o tipos de contenido para una fecha determinada se puede realizar y así tener más holgura en el tiempo para que el departamento de diseño se pueda encargar.

Hay que tener en cuenta una serie de elementos al momento de realizar un plan de contenido, por ejemplo, ¿cómo captar la atención de los posibles clientes?, ¿Cómo crear tendencia?, ¿Qué objetivo final tiene el contenido?, ¿Cómo lograr que el contenido sea coherente con la empresa o marca?

Es importante interactuar con los encargados de los distintos departamentos que componen la empresa, es decir tomar en cuenta la opinión del área de mercadeo, administración, etc, para esto es recomendable reunirse cada cierto tiempo para crear una lluvia de ideas para realizar de mejor manera el plan de contenido, tomando en cuenta las fechas festivas que se avecinan para que la empresa tenga una participación constante en la mente de los consumidores.

Lo básico y lo más recomendable es agrupar los temas que se quieren tocar en las distintas redes sociales en categorías, esto facilitara al diseñador la creación del contenido que se desea publicar, es decir estará enfocado en un solo tema al momento de montar el arte.

FACEBOOK						
Jueves 16	Sábado 18	Martes 21	Viernes 24	Miércoles 29	Jueves 30	Viernes 31
Si arreglar las maletas es un dolor de cabeza, pero con el método #Comparte todo cabe. Aprende aquí como y luego arremos viaje con @MivViaje, porque es más fácil, con un 10% de descuento en paquetes internacionales #Travel #Viajes #Turismo ¿Nos vamos? ➔	Porque te queremos bien, aprovecha estos paquetes hechos especialmente para los miembros del Club ¡Comienza el año saludable! 🏃	¿Alguien dijo decorar? En @Elementz, hay mil razones para elegir y hacer de tu hogar un bello lugar para ti y tus visitas	Haz que tus hijos estén sanos en su regreso a clases. ¡@ClubESP y @LaboratorioFallos tienen un paquete especial para los miembros!	Sofía Romero debe confirmar	La etapa escolar, juega un papel importante para mantener una nutrición adecuada de nuestros hijos, ya que garantiza un desarrollo y crecimiento óptimo. Dale Olla, y conoce como preparar saludables y divertidas loncheras para nuestros hijos	Este mes de enero recibe aplicación de Barniz de Fluor gratis a las primeras 20 personas en realizarse una limpieza dental y Evaluaciones Diagnósticas de Cortesía al realizarte un tratamiento dental (Incluye Tomografía periapical digital)
VIDEO	ALBUM 3 FOTOS				vista previa	

INSTAGRAM						HISTORIA	
Viernes 17	Martes 21	Jueves 23	Lunes 27	Jueves 30	Viernes 31	Jueves 23	Martes 28
¿Y a probaron la Piza Suprema de @SkyPizza? ¡Esta buenísima! o lo mejor es que tienes 20% de descuento al pagar con tus Tarjetas de Débito y Crédito Banpais	Porque te queremos bien, aprovecha estos paquetes hechos especialmente para los miembros del Club ¡Comienza el año saludable! 🏃	#Tendencias#Toda2020 este año regresan los tonos coloridos, así que atreverte a lucir espectacular y sobresalir, encuentra este body suit en @WajajaBoutique y obtén un 10% de descuento al pagar con tus Tarjetas de Débito y Crédito Banpais	¿Cuántos han visto a un hombre hablar con los animales? Robert Deoreney Jr. Es #OwlDiente y él sabe cómo. Vamos a @Gimemaniak a ver esta película con boletos a 2x1 y 15% de descuento en el combo #2	Este mes de enero recibe aplicación de Barniz de Fluor gratis a las primeras 20 personas en realizarse una limpieza dental y evaluaciones diagnósticas de cortesía al realizarte un tratamiento dental (Incluye 1 radiografía a periapical digital)	Haz que tus hijos estén sanos en su regreso a clases. @ClubESP y @LaboratorioFallos tienen un paquete especial para los miembros		
	ALBUM 3 FOTOS		VIDEO				

Ilustración 7 Diseño de Plan de Contenido

Fuente (Banpais, 2020)

Hay que estar pendiente de los comentarios que realizan los seguidores de las páginas y tratar de contestarle de manera cortés y saber cómo reaccionan estas personas para poder medir el grado de aceptación que tenga el contenido subido.

Es muy importante planear y organizar todos los elementos que tenemos para socializar una marca o servicio por medio de los medios sociales, si trabaja de una forma ordenada los alcances que se pueden lograr son infinitos, es decir ser constantes con la marca, estar presentes en todos los eventos importantes del calendario para hacer valer la marca y que esta se posea en la mente de los consumidores y de los posibles consumidores.

Con las publicaciones o mejor dicho con la presencia en las distintas plataformas se debe trazar objetivos inmediatos y a largo plazo, es decir conocer cuál es el alcance de una publicación y que debemos dejar como mensaje para que las personas se vallan formando un concepto de la marca y cuál es la idea del contenido que se les está enviando.

Los objetivos que se quiere lograr con la implementación del Cronopost son: Aumento de ventas, captación de nuevos clientes, reducción de costes, aumento de los márgenes de ganancia.

4.4 EDICIÓN DE VIDEOS

Es una herramienta donde la persona que está editando pone fragmentos de un video, fotografía, audio, y efectos audiovisuales que hace más placentero el producto final que es el video.

Cuando hablamos de cualquier proyecto audiovisual podemos dividir su desarrollo en tres fases: la primera, la de creación, en la que tenemos la idea, damos forma al guion y buscamos emplazamientos y profesionales para desarrollarlo a todos los niveles; la segunda, la de rodaje propiamente dicho y la tercera, la de edición, también llamada de montaje o posproducción. (Gomez, 2018)

Dentro de la edición de videos la parte más importante o en lo que se cimienta el proyecto es en el rodaje, es decir el objetivo es pulir estas imágenes tomadas para irles dando forma a la meta que se quiere lograr o al mensaje que se quiere transmitir y dicho mensaje tiene que mostrar emociones e ideas que mantengan enfocados a las personas a las que se quiere llegar.

Dicho con palabras de (Sanz, 2018) los sistemas lineales fueron evolucionando. Primero fue la edición máquina a máquina, con un magnetoscopio reproductor en el que se sitúan las cintas con el material bruto a editar y otro grabador/editor en el que se grababa el resultado de la edición de los brutos elegidos y que controla al anterior por control remoto con el estándar RS322. A continuación, se desarrollaron los sistemas A-B y A-B-C roll, con 2 ó 3 máquinas reproductoras y un controlador de edición sobre ellas y, finalmente, se comercializaron los más completos sistemas de edición no lineal, con varios magnetoscopios reproductores y grabadores (de vídeo digital en su última etapa D1, D2, Betacam Digital y DVCPPro), mezcladores de audio y vídeo, generadores de caracteres y efectos digitales, librerías de imágenes fijas, etc. todo ello gobernado por un controlador de edición, con un software que realiza las funciones de edición de acuerdo con un listado de

edición EDL que marca todas las acciones planificadas que van a realizarse en el proceso.

Hoy en día los editores de videos son muy desarrollados y tienen un sin número de opciones y de efectos que hacen más ameno e interactivo el video que se está editando, poseen un sin número de efectos de luz, sonido, efectos visuales y un largo etcétera.



Ilustración 8 Máquina de Edición La Ampex VRX-1000

Fuente (Wix.com)

Hay que tomar en cuenta la capacidad de las computadoras en las que se quiere instalar un editor de videos, generalmente los nuevos como After Effects o Adobe Premier tienen que tener una computadora que tengan un procesador potente al igual que un buen disco duro porque generalmente los proyectos abarcan bastante espacio y también las computadoras deberán tener una tarjeta de video que soporte estos programas, si no presenta los requerimientos necesarios la edición se tornara lenta y en algunos casos no podrá editar porque la maquina cerrara los programas para evitar quemar los componentes de la tarjeta madre.

Hay que tomar en cuenta las precauciones antes descritas, pero una vez teniendo todo en orden la experiencia de edición es muy agradable, tienen una interfaz con multifunción que ayuda a la persona a ir visualizando lo que

está editando y los efectos visuales son muy buenos, de hecho, hay paquetes de efectos que las personas crean y se pueden bajar para que el proyecto quede de una mejor manera.

Prácticamente los mismos requisitos son para el Adobe premier, todo dependerá de la versión con la cual se quiera trabajar, no está de más decir que las más nuevas traen mayor cantidad de formas y efectos de trabajo que aligeran la carga de los editores.



Ilustración 9 Comercial de Doritos

Fuente (doritos.com)

Hay muchos más editores pero los más utilizados por su facilidad de uso son los mencionados anteriormente, con gran aceptación en la comunidad de editores. Tal es el caso de la compañía Doritos que utiliza estos programas para la edición de sus diferentes video publicitarios como los del súper tazón que tienen bastante edición y son muy vistosos para el público objetivo.

Poner en práctica los conocimientos en edición para crear publicidad tiene muchas ventajas por ejemplo dirigir la atención a alguna idea provocando la emoción de las personas, como se puede lograr, con tomas que sean de interés y generen una emoción al igual que un buen guion acompañado de una música de acuerdo a lo que queremos transmitir, son varios elementos, pero juntándolos de una buena forma el proyecto atrae visual y emocionalmente a posibles clientes.



Ilustración 10 Editor de Videos

Fuente (ADSL Zone)

Uno de los softwares más utilizados por los editores de videos es el After Effects, 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.

Para las animaciones pequeñas los requerimientos que se utilizan de la computadora son pocos, pero en edición de videos se tiene que tener un buen equipo con buenos requerimientos y una tarjeta de videos que soporte este programa ya que consume muchos recursos y si la computadora no cumple con el mínimo requerido se trabara o se apagara el equipo.

Otro de los programas utilizados en la edición de videos es Adobe Premiere, Permite el trabajo con múltiples secuencias (líneas de tiempo), que además pueden ser jerarquizadas, unas dentro de otras. A parte de medios, las líneas de tiempo admiten una serie de elementos especiales como Capas de Ajuste (mismo concepto que en Photoshop), Títulos, Composiciones de After Effects y Gráficos Esenciales. (Moreno, 2018)

Adobe Premiere es más sencillo en cuanto a los distintos tipos de componentes que el After Effects por lo que los editores generalmente utilizan los dos, pero el que más utilizan para plasmar textos es el Premiere.

4.5 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Un manual de identidad corporativa, es el documento que define y presenta los ejemplos de cómo debería verse el logotipo de una marca, así como todos los elementos gráficos que lo acompañan, (Tipografías, color, diagramación, etc.) en los diferentes tipos de soporte, ya sean estos impresos (como tarjetas de presentación) o digitales (como imágenes para redes sociales). (Cruz, 2017)

El diseñador gráfico tiene que tener un conocimiento amplio en este tema ya que es muy importante a la hora de crear una marca y que gira en torno a ella, las personas involucradas en la empresa o corporación deben estar familiarizados con la imagen de la marca y más si son personas que sirven como imagen o vendedores de la marca o del servicio publicitado.

El manual de identidad lograr consistencia en la imagen que quiere proyectar, un logo, los colores o un buen eslogan pueden quedar grabadas en la mente de los consumidores y de esta forma se puede conseguir la aceptación y la demanda de nuestra marca o servicio que brindamos.



Ilustración 11 Manual de Identidad Corporativa Spotify

Fuente (Publicidad Pixel)

La línea gráfica debe ser la misma, por lo tanto, hay que crearla en base a que se quiere dar a entender, la idea que se quiere transmitir por medio de los colores, el logo y el eslogan que se van a diseñar, hay que recordar que el mercado es bien competitivo y el manual de identidad es una herramienta que ayuda a que la empresa o servicio lleve la misma línea que se quiere y que sea consistente tanto así que esté presente en la mente de los consumidores.

Para crear un logotipo hay que tomar en cuenta una serie de factores que se deben incluir en el manual de Identidad, por ejemplo, conocer las dimensiones por medio de una cuadrícula, esto para que si el logo lo quieren hacer más grande o más pequeño no se deforme y siga los mismos lineamientos.

Dado es el caso de Spotify una empresa sueca que innovo su rediseño de logo llevándolo a un estilo minimalista, pero con colores juveniles. La tipografía usada es Gotham, que es un cambio del diseño hacía uno más minimalista, pues en realidad no se modifica la estructura de éste, sino que se muestra en un sólo color y con un relleno sólido, esto puede ser en negro, o un verde más llamativo que el anterior. Spotify es la empresa que revoluciono el mundo musical y que planteo un logotipo fácil de recordar usando unos colores llamativos que se asocian fácilmente con la empresa. Es un ejemplo claro de una empresa desarrollada para el consumo de los usuarios, tanto como los colores que se usan en el logo actual, hacen que la gente relacione la imagen con la música, por lo tanto, el objetivo inicial se ha logrado.

4.5.1 PSICOLOGÍA DEL COLOR

Los colores corporativos son de suma importancia por lo tanto se debe trabajar con los modelos de color CMYK (siglas de Cyan, Magenta, Yellow y Key) que son los colores con los que trabajan las impresoras y el modelo de color RGB (sigla en inglés de red, green, blue, en español rojo, verde y azul) que son los colores que se utilizan en las diferentes pantallas.

La psicología del color juega un papel decisivo en nuestra percepción. No importa que tengas una marca de moda cuyo mercado meta son los

millennials o una tienda de productos médicos para mayores, es de vital importancia que sepas cuál es el significado de los colores para poder usarlo a tu favor. (Ferreira, 2020)

Cada color expresa y representa diferentes sentimientos como en el diseño el color rojo se usa para captar la atención. El significado del color rojo está asociado con la emoción, la pasión, el peligro, la energía y la acción. En la psicología del color, el naranja representa la creatividad, la aventura, el entusiasmo, el éxito y el equilibrio. El color naranja agrega un poco de diversión a cualquier imagen, sitio web o material de marketing en el que se encuentre. El color amarillo gira en torno a la luz del sol. Evoca sentimientos de felicidad, positivismo, optimismo y verano, pero hay que tener cuidado porque es uno de los colores que representa engaño y advertencia.

COLOR	INSPIRA:	MARCAS QUE LO UTILIZAN
ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	Nintendo, Coca-Cola, Red Bull, PUMA
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	nick, Frito-Lay, FOX
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	McDonald's, NATIONAL GEOGRAPHIC, BEST BUY
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	Starbucks, Spotify, Holiday Inn
AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	Facebook, GE, HP, AMERICAN EXPRESS
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	Syfy, Cadbury, Hallmark
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	T-Mobile, VICTORIA'S SECRET, Barbie
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	HERSHEY'S, COOLON, UPS

Ilustración 12 Psicología del color

Fuente:(Staffcreativa)

Uno de los más conocidos entre el público suele ser el color rosa. El rosa es un color popular para las marcas que sirven principalmente a un público femenino. el significado del color rosa gira en torno a la feminidad, el juego, la inmadurez y el amor incondicional. Algunas marcas optan por utilizar el color rosa para el embalaje de sus productos, especialmente para los juguetes

de niñas, mientras que otras marcas destacan el color rosa en su logotipo, diseño del sitio web o para resaltar mensajes clave. Cada color tiene su propio mundo, pero cada persona percibe diferente los colores por su estado de ánimo, por lo tanto, cada empresa se esmera en captar esos sentimientos de cada persona y guiarlos al mercado meta.

4.5.2 FUENTES TIPOGRÁFICAS

La tipografía también es parte importante de la imagen corporativa, para esto es necesario utilizar tipos de fuentes agradables a la vista y que representen de una manera puntual la marca o servicio que queremos publicitar.

Hay que tener en cuenta al momento de elegir la tipografía, el color y el logo que estos pueden ser impresos en distintas superficies al igual que pueden ser bordados y se debe tener mucho cuidado al momento de seleccionar elementos que queremos usar porque en una superficie desigual se puede perder la esencia que queremos transmitir por medio de la imagen proyectada.



Ilustración 13 La importancia de la tipografía

De acuerdo con (Maria, 2014) Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje, pidiéndose ver también como el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. La tipografía también se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas (que las hay muchas, desde Helvética, Calibri, Franklin Gothic, Arial, Georgia, Gill Sans, Impact, etcétera)

que son finalmente las protagonistas principales del mundo gráfico, al ser los intermediarios entre los mensajes pensados por el emisor o la marca, y las ideas del diseñador. Una fuente tipográfica reviste de una alta preponderancia para nuestro tema, al ser la que define el estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes (lo que se conoce como familia tipográfica o conjunto de tipos basado en una misma fuente, aunque con algunas variaciones como, por ejemplo: Arial y sus presentaciones Arial Narrow, Rounded, Unicode, Black, etcétera).

4.5.3 EMPAQUES

La papelería que se debe utilizar debe llevar el membrete de la corporación ya sean tarjetas de negocios, tarjetas personales de los asociados y de facturas etcétera.

Se tiene que tener en cuenta que a veces poco, es más, los logos deben ser limpios es decir que no tengan tantos elementos para que no se pueda desproporcionar y se vea claro el nombre y el eslogan que se quiere transmitir a las personas.



Ilustración 14 Imagen Corporativa Plasmada

Fuente (Creativos Online)

El diseño del manual es tan importante como el diseño del logotipo y de la imagen en cuestión. Al ser un elemento más de la identidad visual de la empresa deberá presentar un aspecto en sintonía con ella. Esto quiere decir que los colores corporativos y las tipografías deberán ser similares a las que aparecen en la imagen de nuestra empresa. (Marín, 2015)

El correcto uso del manual de marca tendrá como base la coordinación en cuanto al correcto uso de la imagen corporativa, hay empresas que tienen varios activos como ser automóviles, uniformes, empaques, papelería, rotulación, hasta el mismo edificio puede ser pintado con los colores que representan la marca, es por esto que tiene que ser utilizado los colores adecuados y la tipografía para que sea coherente con la marca y esto a su vez crea en la mente de las personas una relación entre los colores y la marca o el servicio.

V. METODOLOGÍA

En la parte metodológica se puede ver todas las herramientas utilizadas para la elaboración del informe de práctica profesional. Se puede observar el tiempo de los proyectos que se trabajaron para Grupo Karim's y sus empresas afiliadas.

5.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Para la elaboración de este informe se utilizaron las siguientes herramientas:

- **Adobe Illustrator:** El programa facilita la elaboración de tablas y diagramas que forman parte del trabajo para el practicante. La ventaja de utilizar este software es la libertad como diseñador de elaborar grafismos más dinámicos y estéticos.
- **Microsoft Word:** Este programa agiliza la escritura y estructuración del informe de la práctica profesional. Word contiene múltiples herramientas que ayudan a seguir los lineamientos establecidos para la redacción y estructura del informe.
- **Buscador de Google:** El buscador de Google es una herramienta que se caracteriza por su versátil contenido y rápida búsqueda de temas de investigación necesarios para el marco teórico del presente informe.
- **Adobe Photoshop:** Programa de la familia de Adobe comparte una mesa de trabajo de bocetaje, la base de cualquier diseño. Se utiliza para la edición de fotografías que agiliza el trabajo en la empresa.
- **Freepik:** Este es un sitio web que permite la descarga de material gráfico que, con permiso de autoría, se utilizó en diversos artes para la práctica profesional. Esta herramienta llega a ahorrar el tiempo del practicante al descargar pequeños elementos que tomarían más tiempo en vectorizar.

- Adobe After Effects: es un software de gráficos en movimiento 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 complementos de terceros.
- Adobe Premier: es un software de edición y posproducción de vídeo desarrollado por Adobe y orientado a la edición de vídeos profesionales.

5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información utilizadas para este informe fueron las siguientes:

- Entrevistas vía video llamadas con el jefe inmediato para recopilación de información acerca de la empresa.
- Correos y mensajes de las diferentes áreas de trabajo que contiene la empresa.
- Páginas web relacionadas con temas del informe.
- (Ràfols & Colomer, 2010)

5.3 CRONOLOGÍA DEL TRABAJO

Tabla 1 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 1

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Presentación para GK Medical Gowns.	3 Hrs. Y 30 min					
Investigación de redes sociales.	5 Hrs. Y 45 min					
Arte para contenidos en redes sociales.	10 Hrs. Y 23 min					
Arte del Mes de Cumpleañeros.	3 Hrs. Y 25 min					
Artes del día del trabajador.	3 Hrs. Y 45 min					
Arte para redes sociales.	1 Hrs.					
Arte para redes sociales.	3 Hrs. y 25 min					
Arte para redes sociales.	7 Hrs. Y 15 min					
Arte para redes sociales.	7 Hrs. Y 20 min					
Edición de fotos.	10 Hrs.					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 2 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 2

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Publicidades de mamá.	8 Hrs. Y 45 min					
Publicidades de mamá.	7 Hrs. Y 28 min					
Afiches COVID-19.	7 Hrs. Y 55 min					
Publicidades de mamá.	16 Hrs. Y 15 min					
Afiches COVID-19.	10 Hrs. Y 47 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 3 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 3

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Correcciones de Afiches.	5 Hrs. Y 45 min					
Afiches COVID-19.	4 Hrs. Y 16 min					
Afiches Sign up get a job.	2 Hrs. Y 30 min					

Arte para redes sociales.	8 Hrs. Y 56 min					
Afiches COVID-19.	10 Hrs. Y 47 min					
Afiches COVID-19.	8 Hrs. Y 42 min					
Arte para redes sociales.	9 Hrs y 54 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 4 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 4

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Arte para redes sociales.	10 Hrs. Y 20 min					
Investigación de redes sociales.	16 Hrs. Y 25 min					
Afiches Sign up get a job.	3Hrs. Y 30 min					
Investigación de redes sociales.	10 Hrs. Y 56 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 5 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 5

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Línea grafica de la empresa	13 Hrs. Y 46 min					
Línea grafica de la empresa	9 Hrs. Y 25 min					
Campaña de publicidad	16Hrs. Y 48min					
Campaña de publicidad	10 Hrs. Y 15 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 6 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 6

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Correcciones de la campaña publicitaria.	8 Hrs. Y 23 min					
Video para la campaña publicitaria.	10 Hrs. Y 16 min					
Grabación de video	6Hrs. Y 30min					
Edición de video	18 Hrs. Y 50 min					
Afiches Sign up get a job.	1Hrs.					
Afiche para Grupo Karim's	1 Hrs.					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 7 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 7

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Cronopost de la empresa	25 Hrs. Y 50 min					
Manual de organización de logos de la empresa.	20 Hrs. Y 26 min					
Correcciones de la campaña publicitaria de Altia.	4 Hrs.					
Creación de anexos a la campaña publicitaria de Altia	6 Hrs.					
Creación de stickers para Altia.	7 Hrs y 12 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 8 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 8

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Cronopost de la empresa	15 Hrs. Y 15 min					
Manual de organización de logos de la empresa.	13 Hrs. Y 45 min					
Afiche para Altia sign up get a job	2 Hrs. y 35 min					
Afiches de prevención para Altia	5 Hrs.					
Creación de stickers para Grupo Karim's	6Hrs. Y 45 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 9 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 9

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Rediseñar afiches de Green Valley y Pride	7 Hrs. Y 45 min					
Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	11 Hrs. Y 15 min					
Correcciones para Afiches de Green Valley	3 Hrs. y 48 min					
Creación de campaña para Shop and Go	14 Hrs. Y 23 min					
Creación de línea gráfica para Shop and Go	10Hrs. Y 35 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

Tabla 10 CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA SEMANA 10

Actividades	Duración	L	M	M	J	V
Creación de campaña para Shop and Go	11Hrs. Y 35 min					
Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	7 Hrs. Y 43 min					
Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	8 Hrs. y 15 min					
Diseño de Afiches para Green Valley	6Hrs. 28 min					
Diseño de Afiches para Altia	6 Horas y 45 min					

Fuente: (Nelly Pineda Pagoaga,2020)

VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

6.1 ACTIVIDAD 01: ARTE DÍA DEL TRABAJADOR

El primero de mayo se celebra el día del trabajador. Es una celebración a nivel internacional donde se le da consideración a los trabajadores por su rol diario en la sociedad. Cada año múltiples compañías lanzan arte y publicidad por esta fecha. La compañía de Grupo Karim's y sus afiliados forma parte de la multitud de compañías que intenta promover dicha celebración. Cada año la compañía pública imágenes con la temática. Para este evento se pidió hacer un arte para las múltiples compañías de Grupo Karim's las cuales tendrían las diferentes áreas de cada compañía. En este caso se diseñó una ilustración con estilo de respeto para su diferente personal para las tres compañías centrales de Grupo Karim's en Honduras (Altia Smart City, Altara y Green Valley). Se realizó una propuesta en la cual se tomó el factor que iba para varias empresas y que tenían que llevar personajes que estuvieran adentro de la ciudad inteligente, como secretarías, empresarios, doctores, personal de mantenimiento entre otros. El arte tenía que ser en vectores ya que es un poco más amigable para las empresas. Los colores que se utilizaron son alegres para el público.



Ilustración 15 Día del Trabajador

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

Después de realizar el arte dicho fue adaptado a sus redes sociales de cada compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Facebook (1000px x 1000px),
- Instagram (1080px x 1080px)

6.2 ACTIVIDAD 02: TEMÁTICA DEL DÍA DE LA MADRE

La semana antes del día de las madres se estuvieron publicando múltiples artes para celebrar dicho evento, se empezó con fotografías con el hashtag #ConMamáEnCadaMomento, en las diferentes redes sociales del centro comercial Altara. Siempre manteniendo la estética y los colores de la empresa. Se le solicitó al diseñador investigar estilos de publicidad para la creación de los artes para esa semana y crear un diseño principal para el segundo domingo de mayo. La propuesta que resalta más fue la pandemia del COVID-19 y la lucha que hacen las madres para proteger a sus hijos de cualquier peligro y por eso se diseñó un arte con fotografías de madres trabajadoras en diferentes áreas laborales. Tomando en cuenta que todas las mujeres tienen un trabajo y es el más difícil que es el de ser madre. Se utilizó un brochazo en el color de la empresa con diferentes opacidades como la línea gráfica para toda la semana antes del día de las madres. Siempre manteniendo la elegancia de la empresa y su logo en blanco o negro. Ya que estos dos colores le dan elegancia a la pieza. Cada fotografía que se utilizó tenía que sacar a relucir a una mujer amorosa, valiente e inteligente, como lo son todas las madres.



Ilustración 16 Día de la madre

Fuente: (Grupo Karim's, 2020)

Después de realizar los artes fueron adaptados a sus redes sociales de cada compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Facebook (1000px x 1000px)
- Instagram (1080px x 1080px)

6.3 ACTIVIDAD 03: AFICHES DE MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD CONTRA EL COVID-19

En la tercera semana el departamento de recursos humanos solicito varios afiches de bioseguridad para las compañías acerca de las medidas dentro de la Smart City, para ayudar a sus empleados a cómo utilizar una mascarilla, como desinfectar el vehículo, la toma de temperatura en triage, el distanciamiento social, los síntomas de una persona con COVID-19, la higiene en las mesas de trabajo, la precaución cuando el trabajador llega a su casa, cada uno de los títulos fue un diferente afiche para pegarlos por todas las áreas de trabajo con ilustraciones para llamar la atención del público en general. Se utilizó la ilustración vectorial por el hecho que a la empresa y a sus empleados les gusta ver más dibujos que fotografías y se puede jugar más con los diferentes colores en cada afiche. Los colores son llamativos para que a las personas les llame la atención y sus dibujos captan lo que se necesita saber sobre las medidas de bioseguridad sin necesidad de estar leyendo un párrafo completo de contenido. Cada afiche estará pegado en diferentes departamentos para que cada empleado pueda tenerlos a la vista y tener precaución por la nueva pandemia.



Ilustración 17 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

El tamaño elegido para cada afiche fue:

- Tabloide (11inx17in)

6.4 ACTIVIDAD 04: ARTE TIE DYE PARA ALTARA

Altara como centro comercial tiene la necesidad de buscar maneras cómo poder llamar la atención de clientes. Es por ello que con la cuarentena las redes de Altara tienen que estar más activas para que sus clientes puedan interactuar de forma más constante, por eso se realizó el arte de los seis pasos para poder crear un tie dye en casa con los pasos correspondiente para poder seguirlos. Esta actividad se realizó para todo público que quiera crear su propia e innovadora camisa. Tie dye es una moda que se conoce desde 1920 y volvió a salir en el 2019 y parte del 2020. Que significa atar y teñir una camisa con colores y que se mire descolorado. En este arte se utilizó la fotografía y le dieron la tarea al practicante que fueran colores pasteles para el tie dye de Altara siguiendo la opacidad de su color morado ara la publicidad. También se jugó con las diferentes tipografías para darle un estilo juvenil y moderno ya que la empresa lo resalta en sus publicaciones.



Ilustración 18 Arte Tie Dye

Fuente:(Altara,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado a sus redes sociales de la compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Facebook (1000px x 1000px)
- Instagram (1080px x 1080px)

6.5 ACTIVIDAD 05: LÍNEA GRÁFICA DE MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA ALTARA

Se le asignó al practicante hacer una nueva línea gráfica para las medidas de seguridad dentro del centro comercial, se crearon afiches para la entrada, stickers de piso para mantener distancia entre las personas y también para los elevadores, stickers de mesa para la distribución en el foodcourt, afiches con la cantidad de personas que pueden entrar a las tiendas, afiches para los dispensadores de gel y pasos para lavarse las manos correctamente en los baños, cada uno de estos artes apoyara a la prevención contra el virus COVID-19. Los colores y las tipografías que se estuvieron utilizando fueron las de Altara que le dan personalidad al centro comercial y son amigables con el cliente, cada una de los artes está pensado y elaborado para todos sus visitantes. Los textos son claros y también las ilustraciones para que personas de todas las edades puedan entender las indicaciones.



Ilustración 19 Medidas de seguridad para Altara

Fuente: (Altara, 2020)

6.6 ACTIVIDAD 06: VIDEO DE PROTOCOLO AL LLEGAR A CASA

El practicante tomo la idea de preguntarle a su asesor de trabajo la propuesta de un video educativo para la empresa de Grupo Karim's que se conectara a la campaña que se está llevando a cabo por lo de la pandemia del COVID-19 y apoyar al personal en saber las medidas al llegar a sus hogares, El proyecto de inicio con un storyboard que se le mando al jefe inmediato y lo aprobó, al siguiente día el diseñador recluto a un modelo que sería el que mostrara cada paso del protocolo, desde la llegada a la casa, desinfectar los zapatos y objetos personales, hasta la entrada correcta a la vivienda. Cada uno de estos pasos se fueron filmando hasta terminar, después cada video se pasó a Adobe Premiere para juntar cada video, después se pasó a Adobe After Effects para la edición de las ilustraciones, títulos y colores y de cada animación de arte, al terminar se pasó nuevamente al primer programa para agregarle el tema musical y exportar el video ya terminado. La elaboración completa del video duro una semana para incluirse con la campaña de las medidas de seguridad.



Ilustración 20 Protocolo de llegada a casa

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

6.7 ACTIVIDAD 07: ARTE PUBLICITARIO DE ALTARA LOS BENEFICIOS DEL CAFÉ.

Al diseñador se le asignó un trabajo sobre una publicidad para la cuenta de Instagram de conocer los beneficios que trae el café al organismo de una persona, como brindar energía, ayuda a quemar grasa, contiene nutrientes esenciales, y también previene enfermedades. La publicidad va de acuerdo con la línea gráfica de la empresa con su estilo elegante y juvenil a la vez y su color más destacado que es el morado. El arte tardo 8 horas en culminarlo por el problema que estamos teniendo al no estar en un departamento trabajando juntos ya que cada uno está en su casa y tiene varios factores de complicación como lo es la electricidad y el wifi. Antes del arte final se descartó un diseño en vector porque querían que fuera mejor en fotografía ya que el supervisor le gusto más el arte en ese estilo. Siempre teniendo en cuenta que el logo de Altara tiene que aparecer en cualquier esquina de los artes y tiene que resaltar. Esta publicidad se creó por el hecho que el centro comercial está cerrado por la pandemia del COVID-19 y la empresa siempre quiere estar en la mente de los consumidores por eso se crea contenido visual para sus diferentes redes sociales.



Ilustración 21 Conoce los beneficios del café

Fuente:(Altara,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado a sus redes sociales dela compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Instagram (1080px x 1080px)

6.8 ACTIVIDAD 08: CAMPAÑA PUBLICITARIA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN PARA ALTIA.

Al practicante se le asignó el proyecto de coordinar la campaña de prevención para la empresa Altia con su frase ¡Tu salud está en tus manos! Ya que motiva y ayuda a los empleados a tener cuidado y protegerse con todas las medidas de seguridad que se les brinda como, el de usar mascarilla, lavarse las manos constantemente, mantener la distancia, utilizar gel anti-bacterial, y mantener limpios sus objetos personales, ya que es un área de trabajo empresarial, cada arte se estará colocando en sus diferentes redes sociales y en formato impreso por todas las áreas de la empresa, la campaña tuvo una duración de dos semana en creación y corrección de diseños por parte de la jefa inmediata y los demás jefes de la corporación. Los colores que se utilizaron fueron colores llamativos y juveniles ya que en Altia se trabaja mucho en el área de call center y hay muchos jóvenes universitarios laborando en la empresa.



Ilustración 22 Medidas de prevención para Altia.

Fuente:(Altia,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado a sus redes sociales de la compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Instagram (1080px x 1080px)
- Facebook (1000px x 1000px)
- Tamaño tabloide (11in x 17in)

6.9 ACTIVIDAD 09: LÍNEA GRÁFICA DE STICKERS DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL COVID-19

Al diseñador se le asignó la tarea de crear una línea gráfica para los stickers que se pusieron en Altia, los artes informaban sobre el uso obligatorio de mascarilla, uso de gel desinfectante y también el mantenerse 1,5 metros de distancia entre los empleados. También se hizo un afiche con la técnica correcta para lavarse las manos al igual que stickers para tener un control de la cantidad de personal en los baños. Cada diseño se hizo en vectores y con su color específico de la empresa, estos artes se crearon en un tiempo límite de 6 horas para mandar los editables al jefe inmediato para la aprobación y enviarlos a la empresa que los imprimió.



Ilustración 23 Stickers medidas de prevención contra el COVID-19

Fuente:(Altia,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado para impresión de la compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Afiche: (8cm ancho X 16 cm)
- Afiche: (10cm X 20cm)

6.10 ACTIVIDAD 10: CAMPAÑA PUBLICITARIA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN PARA ALTIA.

El practicante se le asignó hacer el anexo a la primera campaña de prevención que tuvo en Altia con fotografías en esta otra parte de la campaña vemos el estilo en vectores que nos anuncian la responsabilidad de cada empleado a limpiar y desinfectar sus objetos personales, a lavarse las manos constantemente, a mantener distancia entre otras, cada arte está diseñado como el de las fotografías con los mismos colores y su frase ¡Tu salud está en tus manos! Ya que la empresa se siente comprometida con todos sus empleados y colaboradores y les quieren estar avisando constantemente los usos obligatorios dentro de la empresa. Estos artes se hicieron en base a la medida de Instagram para hacer publicaciones en sus redes sociales. Los diseños tuvieron una duración de 4 horas para tenerlos listos. Para publicarlos en sus distintas aplicaciones.



Ilustración 24 Medidas de prevención para Altia.

Fuente:(Altia,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado a sus redes sociales de la compañía. Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Instagram (1080px x 1080px)
- Facebook (1000px x 1000px)
- Tamaño tabloide (11in x 17in)

6.11 ACTIVIDAD 11: AFICHE PARA SIGN UP GET A JOB DE ALTIA.

Cada semana se le asigna al diseñador hacer artes para Sign up get a job para publicarlos en sus redes sociales, Los diseños para esta área siempre llevan un fondo colorido y modelos recortados anunciando el contenido, sus tipografías son gruesas y llamativas, también se ponen diseños geométricos. Su logo siempre va en las esquinas de cada afiche, y el contenido del escrito es en inglés ya que están anunciando contratación de personal bilingüe para el call center en Altia Smart City. Estas publicaciones apoyan a la empresa en conseguir personal para las diferentes áreas.



Ilustración 25 Afiche para sign up get a job de Altia

Fuente:(Altia,2020)

Después de realizar el arte fue adaptado a sus redes sociales dela compañía.

Las adaptaciones fueron dirigidas a:

- Instagram (1080px x 1080px)
- Facebook (1000px x 1000px)

6.12 ACTIVIDAD 12: EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS PARA ALTIA.

El jefe inmediato le asignó al practicante editar unas fotos que se tomaron en la empresa sobre la prevención del COVID-19, las mismas se usaron para la campaña de las medidas de bioseguridad que se crearon en las semanas 6 y 7, las fotos fueron editadas en Photoshop para que apareciera solo la persona en una capa y dejar la foto original intacta y también se pudieran poner en más afiches próximamente, cada foto fue exportada en PNG fondo transparente y enviadas al departamento de mercadeo para su próximo uso.



Ilustración 26 Edición de fotografías para Altia

Fuente:(Altia,2020)

6.13 ACTIVIDAD 13: CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA SHOP & GO.

El jefe inmediato le comunico al practicante la nueva empresa de Altia y Altara, que es una empresa de entregas de las tiendas del centro comercial a la Smart City que está a la par, los empleados de Altia podrán pedir sus órdenes por la aplicación de shop and go, el diseñador tuvo que hacer varias propuestas para su primer afiche que ayuda al usuario a saber cómo ordenar sus pedidos. Se utilizó el logo en la parte superior y después en el cuerpo todo su contenido con ilustraciones y su información, después en la parte inferior están los logos afiliados. Se utilizó la línea grafica de Altara que es un diseño limpio y con el color morado que es su sello.

Ilustración 27 Publicidad para Shop and Go

Fuente:(Shop and go,2020)

6.14 ACTIVIDAD 14: AFICHES DE BIOSEGURIDAD PARA ALTIA Y GREEN VALLEY.

En la novena semana el departamento de recursos humanos solicito varios afiches de bioseguridad para las compañías acerca de las medidas dentro de la Smart City, para ayudar a sus empleados sobre la desinfección de sus objetos personales, cada uno de los títulos fue un diferente afiche para pegarlos por todas las áreas de trabajo con ilustraciones para llamar la atención del público en general. Se utilizó la ilustración vectorial por el hecho que a la empresa y a sus empleados les gusta ver más dibujos que fotografías y se puede jugar más con los diferentes colores en cada afiche. Los colores son llamativos para que a las personas les llame la atención y sus dibujos captan lo que se necesita saber sobre las medidas de bioseguridad sin necesidad de estar leyendo un párrafo completo de contenido. Cada afiche estará pegado en diferentes departamentos para que cada empleado pueda tenerlos a la vista y tener precaución por la nueva pandemia.



Ilustración 28 Afiches de bioseguridad para Green Valley y Altia

Fuente:(Green Valley y Altia,2020)

6.15 ACTIVIDAD 15: AFICHES DE BIOSEGURIDAD PARA GREEN VALLEY.

Al practicante le solicitaron hacer artes para una de las empresas afiliadas de Grupo Karim's, para el apoyo contra la pandemia del COVID-19 estos afiches se distribuyeron por todos los departamentos de la empresa para que sus empleados estén informándose acerca de los protocolos y medidas de precaución dentro y fuera de las instalaciones, cada afiche contiene su línea gráfica con los colores y el logo de la organización, Cada afiche fue solicitado con ilustraciones y poco texto ya que las ilustraciones son las que indicaran su necesidad. Los diseños fueron creados en tamaño carta y tabloide con vectores amigables para la empresa.



Ilustración 29 Afiches de bioseguridad para Green Valley.

Fuente:(Green Valley,2020)

VII. PROPUESTA DE MEJORA

Se le presenta al Grupo Karim's por parte del practicante las siguientes propuestas de mejora con el fin de agilizar la elaboración del contenido que se utilizara en las distintas redes sociales de la empresa, crear más contenido audiovisual, y facilitarle a la empresa y a los nuevos practicantes el manual de identidad corporativa para que sigan la misma línea gráfica propuesta por Grupo Karim's y sus afiliados.

7.1 CREACIÓN DE UN PLAN DE CONTENIDO (CRONOPOST) PARA GRUPO KARIM'S

Como primera propuesta de mejora es la creación de un calendario publicitario para las diferentes áreas de la empresa.

Esta herramienta no solo es importante para llevar un control en las publicaciones y evitar aglomeración y pérdida de tiempo al momento de seleccionar contenido, pues para eso se realiza el plan de contenido, para adelantar el trabajo y tenerlo sistematizado al punto de saber que eventos o tipos de contenido para una fecha determinada se puede realizar y así tener más holgura en el tiempo para que el departamento de mercadeo se pueda encargar.

Para que las diferentes áreas de la empresa puedan colocar el pedido y fecha meta se utilizara una carpeta en Outlook que tendrá tablas en Excel con el diseño del Cronopost para que el departamento de mercadeo pueda tener en orden sus diferentes proyectos y tener los pedidos en orden y fechas estipuladas.

El Cronopost seguirá en detalle lo pedido durante el mes, de esta forma el diseñador podrá trabajar de forma más eficaz en los artes que se realizarán, tendrá más tiempos de buscar vectores, ideas, fondos, o cualquier otro detalle que ayude a que el arte quede de una buena manera y que siga los requerimientos de la línea grafica de la empresa Grupo Karim's.



Ilustración 30 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

Esta metodología de creación y gestión de información apoyara a esta dependencia a cumplir con sus distintos proyectos quincenales para generar atención al público objetivo.

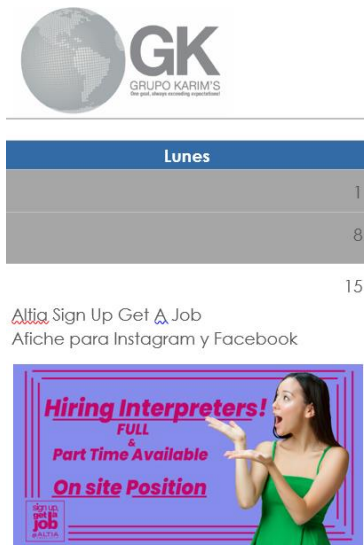


Ilustración 31 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

7.1.1 Costo del Plan de Contenido (Cronopost)

En la siguiente tabla vemos los costos del Cronopost de las siguientes empresas y de un diseñador gráfico obteniendo los costos por día promedio, Costo mensual y costo anual del trabajo para la creación de un plan de contenido.

Tabla 11 Costos del Cronopost

Empresas	Costo Diario Promedio	Costo Mensual	Costo Anual
Grupo Karim's	L.200.00	L.6,000.00	L.72,000.00
Grupo Havas	L.500.00	L.15,000.00	L.180,000.00
Sarah Handal	L.337.67	L.10,130.00	121,560.00

Fuente: (Nelly Pagoaga, Grupo Havas, Sarah Handal,2020)

Grupo Karim's debido a que el practicante está realizando su práctica profesional apoyando a la empresa sin ningún costo tiene un ahorro completo del costo del mercado ya que la cotización de la suma y división de las tres empresas dan el porcentaje del promedio del mercado.

Tabla 12 Costo Promedio del Mercado

Costo Promedio del Mercado	L.10,376.67
Costo Mensual Practicante	L.0.00
Ahorro de Grupo Karim's	L.10,376.67

Fuente: (Departamento de Recursos Humanos Grupo Karim's, Grupo Havas, Sarah Handal,2020)

Tabla 13 Costo elaboración cronopost diseñador gráfico freelance

En la siguiente tabla podemos observar el ahorro de tiempo y dinero que la empresa está teniendo por tener a un diseñador gráfico en la compañía ya que un diseñador freelance trabaja con más empresas y su tiempo lo tiene que distribuir con sus otras organizaciones.

	Costo Mensual	Tiempo	Ahorro
Sarah Handal	L.10,130.00	45 Hrs.	L.0.00
Practicante	L.6,917.78	15 Hrs.	L.3,212.22

Fuente: (Departamento de Recursos Humanos Grupo Karim's, Sarah Handal,2020)

Junio 2020





	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	2	3	4	5	6	7
	9	10	11	12	13	14
5	16	17	18	19	20	21
	Edición de foto para Altia. 	Manual de identidad corporativa para las empresas textiles de Honduras. 	Manual de identidad corporativa para las empresas Bienes y raíces. 	Afiches de bioseguridad para Altia y Green Valley. 		
2	23	24	25	26	27	28

Ilustración 32 Cronopost de Grupo Karim's y sus afiliados

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

7.2 PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

Como segunda propuesta de mejora es crear más contenido audiovisual para la empresa de Grupo Karim's y sus afiliados ya que esto aumenta más la innovación y fortaleza del departamento de mercadotecnia y a la empresa en sí. Los videos permiten explicar mejor un mensaje con diferentes maneras de creatividad y producen más emoción al espectador. Los montajes, sonidos e imágenes son más efectivos a la hora de contar una historia y crean una imagen de empatía con los usuarios.

Alguna de las ventajas que le representaran a la empresa son, tener un contacto más directo con los socios, empleados y seguidores de las redes sociales.

Se creó por parte del practicante un video sobre las medidas de prevención al llegar a casa para evitar el contagio del COVID-19. Este es un primer paso que la empresa realizo en apoyo a los cuidados contra esta pandemia que la organización dio y que seguramente seguirá aportando diferentes contenidos que beneficien a los socios, empleados y a sus seguidores en las redes sociales.

Se recluto a un modelo para hacer el video de prevención al llegar a casa, ya que la empresa quería el perfil de una persona que trabaja en el ámbito.

Según (Barcelona, 2015) Los vídeos publicitarios sirven para mostrar al público de forma creativa e impactante aquello que queremos dar a conocer por medio de una combinación óptima de imágenes, sonidos, textos y otros recursos audiovisuales para llegar a obtener un vídeo que transmita de la mejor forma los valores y el mensaje de interés al público al que nos orientamos. Imágenes de calidad, música acertada, efectos especiales, clips de animación, sonidos cautivadores, eslogan publicitario, voces en off, y otros muchos recursos que nos servirán para crear una pieza audiovisual de interés impactante que llame la atención de los clientes potenciales.

La realización de este video fue única, es decir no se realizará otro, este será el que se utilizara durante el tiempo que dure la pandemia por parte de Grupo Karim's y sus afiliados, esta es una herramienta que la empresa lo utilizara

no solo únicamente con sus empleados si no también que se socializara en las distintas redes sociales para ayudar a prevenir esta terrible enfermedad con los seguidores de las mismas.

Grupo Karim's es una empresa socialmente responsable y este es el fin de este es el fin con el que se realizó este video, es un granito de arena para apoyar la guerra frontal contra la pandemia que ataca al mundo entero.



Ilustración 33 Video protocolo llegada a casa

Fuente:(Grupo Karim's,2020)



Ilustración 34 Video protocolo llegada a casa

Fuente:(Grupo Karim's,2020)

7.2.1 COSTOS de la elaboración de un video audiovisual

En la siguiente tabla podemos observar el costo de un video de 1 minuto con su producción y diseño. Cada empresa dio su valoración del video siguiendo las medidas de grabación y edición.

Tabla 14 Costos de elaboración de video

Empresas	Precio Unitario
Grupo Karim's	L.4,200.00
Grupo Havas	L.8,000.00
Tomas Chi	L.9,000.00

Fuente: (Nelly Pagoaga, Grupo Havas, Tomas Chi,2020)

En la tabla de costos por modelos se saca el costo por modelo en la realización del video ya que este precio está separado del costo de la grabación y edición del video.

Tabla 15 Costo de contratación de modelos

Cotización	Precio por video
Modelos de agencia	L. 400.00
Modelos voluntarios	L. 200.00

Fuente: (Nelly Pagoaga, Tomas Chi,2020)

Tabla 16 Costo Promedio del Mercado

Costo Promedio del Mercado	L.7,066.67
Costo Mensual Practicante	L.0.00
Ahorro de Grupo Karim's	L.7,066.67

Fuente: (Nelly Pagoaga, Tomas Chi,2020)

7.3 FALTA DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Se crearon dos manuales de identidad corporativa de todas las empresas afiliadas con las que trabaja Grupo Karim's nacionales e internacionales. Esto apoyara a cada departamento de la empresa a tener los logos de las diferentes firmas afiliadas en sus formatos editable y en PNG. De esta forma facilitara a todos los departamentos tener a mano los recursos de las identidades corporativas.

El manual de identidad es la esencia de lo que se compone la empresa, si se sigue consistentemente esta identidad se reflejara siempre una identidad marcada que se posicionara en la mente de las personas o de los posibles consumidores.

La identidad corporativa tiene muchos parámetros en donde se puede utilizar, por ejemplo, uniformes, material de publicidad, redes sociales, papelería, material visual y un largo etcétera.

La importancia de contar con un manual de identidad es básica para que el cliente le sea más fácil identificar la marca que se desea dar a conocer, a continuación, se presenta el logotipo de la empresa Green Valley, esto para dar un ejemplo del tipo de tipografía, los colores y el eslogan que lo caracteriza.



Ilustración 35 Identidad Corporativa de Green Valley

El practicante realizo para cada logo de las 17 empresas la aplicación cromática en sus diferentes colores como blancos, negros y escala de grises, Cada uno en su formato de edición y en PNG para tener un orden a la hora de crear un arte y poner los logos de las empresas. Cada manual presenta los logos de las empresas en los formatos que cada empresa usa sus logos, algunas empresas como Unitec usan los diferentes colores de contraste como el logo original con sus colores o en blancos, negros y también en escala de grises, para utilizarlos en cualquier fondo sin que su logo no resalte en la pieza final. Los manuales cuentan con su portada e índice y el cuerpo son las páginas con los logos y sus pantone para no tener confusión a la hora de imprimir un diseño o tener los colores presentes para cualquier necesidad de la empresa o edición de un arte. Aparte de tener el manual se hizo un archivo con todas las identidades corporativas de Grupo Karim's y sus empresas afiliadas para tener un orden en sus formatos editables y en PNG para el apoyo del departamento de mercadeo y otras áreas de las organizaciones.

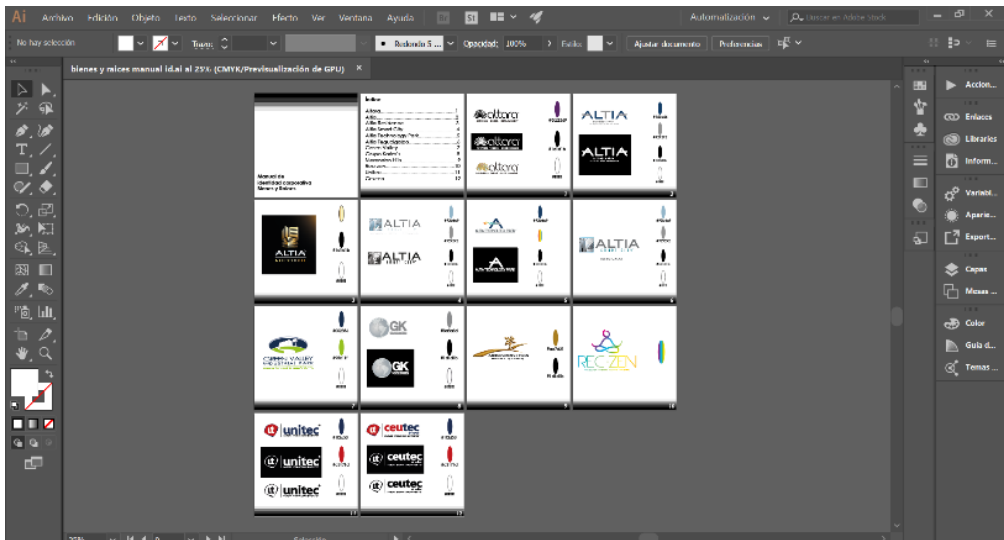


Ilustración 36 Manual de identidad corporativa de bienes y raíces

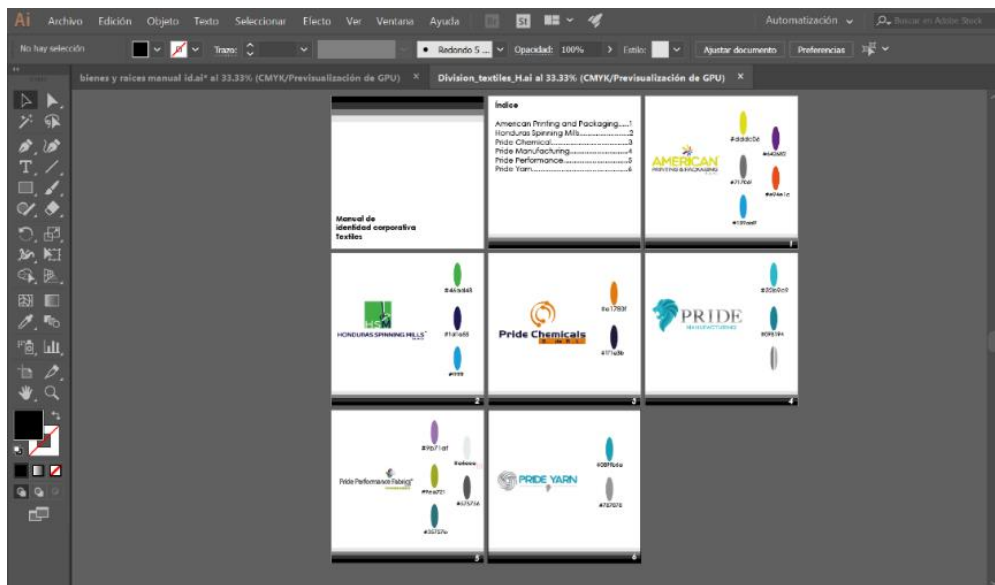


Ilustración 37 Manual de identidad corporativa Textiles Honduras

7.3.1 Costos de un manual de identidad corporativa

Tabla 17 Costos de Manual de identidad corporativa

Empresas	Costo
Grupo Karim's	L.7,000.00
Grupo Havas	L.15,000.00
Sarah Handal	14,500.00

Fuente: (Nelly Pagoaga, Grupo Havas, Sarah Handal,2020)

Tabla 18 Costo Promedio del Mercado

Costo Promedio del Mercado	L.12,166.67
Costo Mensual Practicante	L.0.00
Ahorro de Grupo Karim's	L.12,166.67

Fuente: (Nelly Pagoaga, Sarah Handal,2020)

VIII. CONCLUSIONES

Una vez finalizada las propuestas de mejoras y los demás apartados del presente informe se procede a dar las conclusiones que se llegó en la elaboración de la práctica profesional.

- Gracias a los conocimientos adquiridos en la empresa acerca de diseño y publicidad se logró publicar varios artes y de esta forma conseguir una buena interacción con los seguidores en las redes sociales de Grupo Karim's y sus empresas afiliadas. Se logró un impacto grande de un 36% en la comunidad de las redes sociales de Grupo Karim's beneficiando de esta forma a la misma.
- Se apoyó al departamento de mercadeo creando artes para distintas campañas que tuvieron buena aceptación entre los empleados y seguidores, de esta forma se tuvo un impacto de un 20% ya que los comentarios en las redes sociales fueron favorables y en una buena cantidad.
- Se logró la creación de varias líneas gráficas utilizando fotos, vectores y videos que seguían una coherencia de la idea que se quería dar a conocer. Las publicaciones realizadas en las distintas plataformas tuvieron bastantes comentarios y por ende una buena aceptación. Y a su vez se logró por medio de las campañas realizadas tuviera una mayor participación en el tema de responsabilidad social.
- Se realizó por parte del practicante varias campañas que enfatizan tomar las medidas ante la pandemia del COVID-19, dichas medidas aplicables al entorno laboral y a los hogares de los colaboradores.

IX. RECOMENDACIONES

9.1 RECOMENDACIONES A GRUPO KARIM'S

- Se le recomienda a Grupo Karim's la creación de un departamento de diseño gráfico que cumpla con los estándares de calidad de la empresa para suplir las necesidades proyectos y diseños de todos los asociados.
- Se le aconseja a Grupo Karim's el seguimiento del plan de contenido para todos sus departamentos y de esta forma evitar la aglomeración de trabajo.
- Se le sugiere a Grupo Karim's la adquisición de publicidad en las redes sociales más populares (Facebook, Twitter e Instagram) esto con el fin de incrementar la visibilidad de la empresa también poder llegar a una potencial audiencia.
- Se le aconseja a Grupo Karim's apoyar a sus futuros practicantes con las diferentes herramientas por ejemplo el brief, ya que ayuda a simplificar el proceso de investigación y diseño.
- Grupo Karim's no posee un equipo de fotografía y video y por lo tanto se le recomienda adquirir estas herramientas para futuros proyectos.

9.2 RECOMENDACIONES A UNITEC

- Se le recomienda a UNITEC separar el manual de práctica profesional ya que está en un solo documento con el de proyecto de graduación, ya que genera confusión al practicante a la hora de redactar.
- Se le aconseja a UNITEC incrementar el personal de asesoramiento para proyecto y practica de graduación, con el fin de tener una mejor comunicación entre practicante y asesores.
- De igual forma se le sugiere a Unitec darles mayor énfasis a las clases de diseño por ejemplo la clase de producción de artes gráficas utilizando las herramientas (Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, Adobe After Effects, etc...) con una mayor profundidad ya que estas son indispensables tanto en la práctica profesional como en el ámbito laboral.

9.3 RECOMENDACIONES AL ESTUDIANTE

- El estudiante debe ser autodidacta en todas las áreas principalmente en lo que se refiere a programas de diseño ya que constantemente estos se están actualizando y traen nuevas herramientas que uno desconoce.
- Se les sugiere a todos los estudiantes de no quedarse con alguna duda o pregunta y expresárselas a sus jefes inmediatos para que la tarea asignada logre llenar las expectativas de la empresa.
- Por la falta de empleo que tiene el país el diseñador gráfico tiene la ventaja de poder trabajar en la modalidad de persona de libre dedicación (freelancer), es decir presentarles propuestas a empresas y trabajar desde casa.

X. CONOCIMIENTOS APLICADOS

La siguiente sección expone los distintos conocimientos aplicados en el transcurso de la práctica profesional.

- Se utilizaron los conocimientos de grabación y edición de videos para una de las propuestas de mejora. Esto fue aprendido en las clases de nuevas tecnologías, introducción a medios audiovisuales y Fotografía comercial.
- Se emplearon los conocimientos adquiridos en la clase de imagen corporativa para diseñar un plan de contenido (Cronopost) para la empresa Grupo Karim's y sus afiliados.
- Se empleó el proceso de investigación y planeación para los diferentes proyectos de prevención contra el COVID-19 en las empresas. Esto fue aprendido en la clase de metodología del diseño.
- Para la realización de un manual de identidad corporativa para Grupo Karim's y sus empresas afiliadas se empleó el conocimiento de las clases de Comunicación Gráfica I y Comunicación Gráfica II.
- Se utilizó los conocimientos de la clase de Diseño y Producción de Etiquetas, Envases y Empaques para los artes en pegatina de las medidas de bioseguridad de las empresas.

XI. VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA

La práctica profesional muestra al practicante próximo a graduarse la experiencia de cómo es la vida laboral. Durante la practica el diseñador pone a prueba sus conocimientos y habilidades obtenidos en la formación académica para aportar procesos para el crecimiento de la empresa. Grupo Karim's es un sitio apto para realizar la práctica profesional. Esta experiencia causa un gran impacto desde el punto de vista profesional e igualmente en lo personal.

Debido a la situación que se está viviendo por el Covid 19, la experiencia ha sido diferente ya que al no estar físicamente en la empresa el practicante debe de comunicarse con diferentes departamentos y con su jefe inmediato para recoger información de sus proyectos y es más complicado y a la vez un gran reto que se pudo suplir de manera satisfactoria el poder captar las ideas para poder las plasmar en los proyectos solicitados.

La práctica profesional fue un tanto atípica debido a la situación que se está viviendo por la pandemia. Es por eso que se tuvo que implementar la modalidad del teletrabajo en donde se utilizó herramientas como zoom, WhatsApp, redes sociales y correos electrónicos.

Gracias a la práctica profesional vivimos lo que no se puede experimentar en las aulas de la Universidad, en el caso del practicante se recibió órdenes de varios departamentos que se pudieron cumplir en tiempo y forma.

BIBLIOGRAFÍA

- Amengual, P. (17 de Julio de 2018). *Murcia Diario*. Obtenido de <http://murciadiario.com/art/10328/la-importancia-del-contenido-audiovisual#:~:text=La%20importancia%20del%20contenido%20audiovisual,empresas%20que%20utilizan%20v%C3%ADdeos%20publicitarios.>
- Barcelona, P. A. (2015). *YuMagic*. Obtenido de <https://yumagic.com/videos-promocionales-publicitarios-barcelona/>
- Cruz, M. (15 de Septiembre de 2017). *Publicidad Pixel*. Obtenido de <https://publicidadpixel.com/manual-de-identidad-corporativa/>
- Díaz, L. M. (25 de Febrero de 2019). DE LA RESPONSABILIDAD AL COMPROMISO INDIVIDUAL EN EL LABORATORIO DE SALUD. *EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/02/compromiso-laboratorio-salud.html>
- Escobar, C. (7 de Mayo de 2020). ¿Qué tipos de redes sociales existen? (Y cómo aprovecharlas para tu negocio). *Sprout Social*. Obtenido de <https://sproutsocial.com/insights/tipos-de-redes-sociales/>
- Ferreira, N. M. (22 de Abril de 2020). *Oberlo*. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/psicologia-del-color-significados-del-color>
- Gadea, J. (4 de Abril de 2018). *Diferencias entre un comercial y un ejecutivo de ventas*. (J. Gadea, Editor) Obtenido de <https://www.vendedor.ninja/diferencias-entre-un-comercial-y-un-ejecutivo-de-ventas/>
- Giraldo, V. (13 de Marzo de 2020). *Rock Content*. (V. Giraldo, Editor) Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-hace-un-community-manager/>

- Giraldo, V. (19 de Febrero de 2020). *Rock Content*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- Gomez, P. (30 de Diciembre de 2018). *CÁLAMO & CRAN*. (P. D. ESPAÑOL, Editor) Obtenido de <https://www.calamoycran.com/blog/edicion-de-video-todo-lo-que-necesitas-saber>
- Gráficas, A. (19 de Junio de 2019). *Esneca Business School*. (A. Gráficas, Editor) Obtenido de <https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/>
- López, J. M. (13 de Abril de 2016). *SEMrush Blog*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/como-crear-plan-contenidos/>
- Maria, F. S. (21 de Mayo de 2014). *Staff Creativa*. (F. S. Maria, Editor)
- Marín, F. (10 de Febrero de 2015). *Creativos Online*. Obtenido de <https://www.creativosonline.org/blog/manual-de-identidad-corporativa-estructura-y-consejos.html>
- Media, M. (2020). Ejecutivo de Mercadeo. *Media Match*. Obtenido de <https://www.media-match.com/latam/jobtypes/ejecutivo-de-mercadeo-jobs-419573.php>
- Mendoza, A. (18 de Julio de 2018). LA IMPORTANCIA DE LA LÍNEA GRÁFICA. *Full Panama*. Obtenido de <http://full.com.pa/linea-grafica/>
- Moreno, J. D. (25 de Julio de 2018). *CÁLAMO & CRAN*. Obtenido de <https://www.calamoycran.com/blog/para-que-sirve-adobe-premiere-la-edicion-de-video>
- Palacios, Cruz, M., Santos, E., Velasquez Cervantes, M., & Leon Jurez, M. (20 de Marzo de 2020). COVID-19, una emergencia de salud pública mundial. *Revista Clinica Espanola*. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7102523/>
- Peralta, E. O. (2018). *Genwords*. (E. O. Peralta, Editor) Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/que-es-un-plan-de-contenidos>

Raffino, M. E. (2 de Junio de 2020). *Concepto.de*. (M. E. Raffino, Editor)
Obtenido de <https://concepto.de/software/>

Ràfols, R., & Colomer, A. (2010). *Diseño Audiovisual*. Gustavo Gili. Obtenido de <https://ggili.com/dise-o-audiovisual-libro.html>


Sanz, L. (26 de Marzo de 2018). *TM Broadcast*. Obtenido de <http://www.tmbroadcast.es/index.php/medios-edicion-composicion/>

Staff, E. (2020). Claves para hacer una campaña publicitaria. *Entrepreneur*.
Obtenido de entrepreneur.com/article/263512

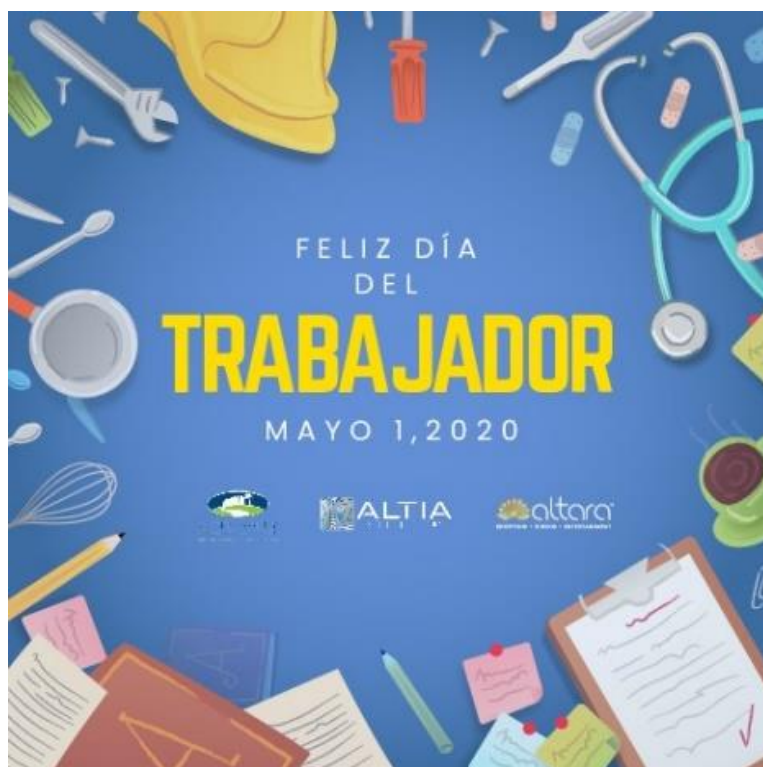
ANEXOS

Adivina la *Canción*

1. Se fue la plata y quedó la pena por tanta rumba pa' olvidarte.
2. Contigo mi vida quiero vivir la vida.
3. Que tu cuerpo es mi lugar favorito y tu boca mi comida favorita.
4. Labios compartidos, labios divididos, mi amor.



Anexo 1 Publicidad de Adivina la canción Altara



Anexo 2 Publicidad para el Día del trabajador



Anexo 3 Publicidad del día de la madre para empresas afiliadas



Anexo 4 Publicidad opciones para ponerle a la baleada.



Anexo 5 Publicidad en redes sociales para Altara



Anexo 6 Publicidad para el día de la madre Altara



Anexo 7 Publicidad Yoga con Mamá Altara



Anexo 8 Diseño oficial para el Día de las madres Altara



Anexo 9 Diseños oficiales para el Día de las madres para grupo Karim's y empresas afiliadas



Anexo 10 Publicidad para las redes sociales de Altara



6 pasos para manicure en casa



1. Manos y uñas
limpias

Antes de comenzar con el manicure, lo primero que debes hacer es tener las manos y las uñas bien limpias y secas.



2. Limar en la misma
dirección

Utiliza tu esmalte favorito y aplica un par de capas en las uñas, dejando dos minutos de secado entre capa y capa.



3. Introduce tus manos
en agua tibia

De esta manera ablandarás las cutículas y te será más fácil empujarlas hacia dentro.



4. Hidratar las
manos

Aplica crema humectante para hidratar y brindar suavidad a tus manos.



5. Aplicar base
transparente

Aplicar una capa de base ayuda a proteger las uñas de los pigmentos de color, evitando así que acaben amarillas.



6. Aplica el
esmalte en
tres pasos

Siempre desde la parte inferior del centro de la uña hacia arriba, y luego pinta los laterales de la uña.

Anexo 11 Publicidad para las redes sociales de Altara



QUERIDOS CLIENTES,

PARA CUMPLIR CON LAS REGLAS DE DISTANCIAMIENTO POR COVID 19, ESTA ES LA CANTIDAD DE PERSONAS QUE PUEDEN ESTAR ADENTRO DE ESTE ESTABLECIMIENTO O SIMULTÁNEAMENTE:



Uso de mascarilla obligatorio.

Lávese sus manos regularmente.

Use el dispensador de gel

En el elevador se permiten

2 personas a la vez.

Cuida tu salud



Uso de mascarilla obligatorio.

Lávese sus manos regularmente.

Use el dispensador de gel

En el elevador se permiten

4 personas a la vez.

Cuida tu salud



POR FAVOR CUIDA TU SALUD



USE EL DISPENSADOR DE GEL



- 1 DISTANCIA**
Para evitar aglomeraciones en las entradas, se deberá hacer una fila y respetar la distancia mínima de 1,5 metros señalizados.
- 2 USO DE MASCARILLA**
Antes de ingresar al centro comercial es obligatorio el uso de mascarillas.
- 3 TEMPERATURA**
Antes de ingresar al centro comercial se le tomará la temperatura a cada persona.
- 4 LIMPIEZA DE ZAPATOS**
Antes de ingresar deberá pasarse por una solución desinfectante para desinfectar las suelas.
- 5 GEL ANTIBACTERIAL**
Antes de ingresar al centro comercial debe aplicarse en las manos.
- 6 ELEVADORES**
Solo se permitirán 2 y 4 personas a la vez, manteniendo distancia y medidas de seguridad e higiene.



POR FAVOR
Guarda
La Distancia
Cuida tu salud



Cuida tu salud
Mantén la distancia
Parate aquí



Tu salud en tus manos

Tu salud en tus manos



Anexo 12 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Altara



Anexo 13 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Altia

Obligatorio

Mantener la Distancia.

Uso de Gel Desinfectante.

Uso de Mascarilla.

TECNICAS CORRECTAS DE LAVADO DE MANOS

1. Usa jabón líquido o en boba
2. Talla tus palmas, dorso y entre los dedos
3. Lávalas por lo menos 20 segundos sin olvidar las muñecas
4. Enjuaga completamente
5. Seca tus manos con un papel desechable
6. Con el papel cierra la tapa y tíralo a la basura

Obligatorio

Mantener la Distancia.

Uso de Gel Desinfectante.

Uso de Mascarilla.

TECNICAS CORRECTAS DE LAVADO DE MANOS

1. Usa jabón líquido o en boba
2. Talla tus palmas, dorso y entre los dedos
3. Lávalas por lo menos 20 segundos sin olvidar las muñecas
4. Enjuaga completamente
5. Seca tus manos con un papel desechable
6. Con el papel cierra la tapa y tíralo a la basura

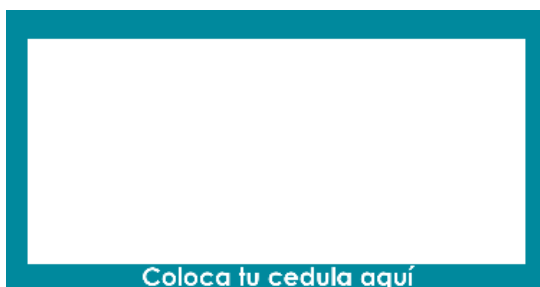
INGRESO MÁXIMO

- 1 PERSONA A LA VEZ
- 2 PERSONAS A LA VEZ
- 3 PERSONAS A LA VEZ
- 1 PERSONA A LA VEZ
- 2 PERSONAS A LA VEZ
- 3 PERSONAS A LA VEZ

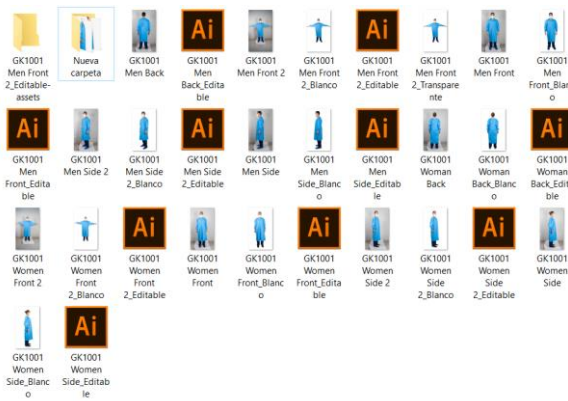
Anexo 14 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Altia



Anexo 15 Afiches para sign up get a job

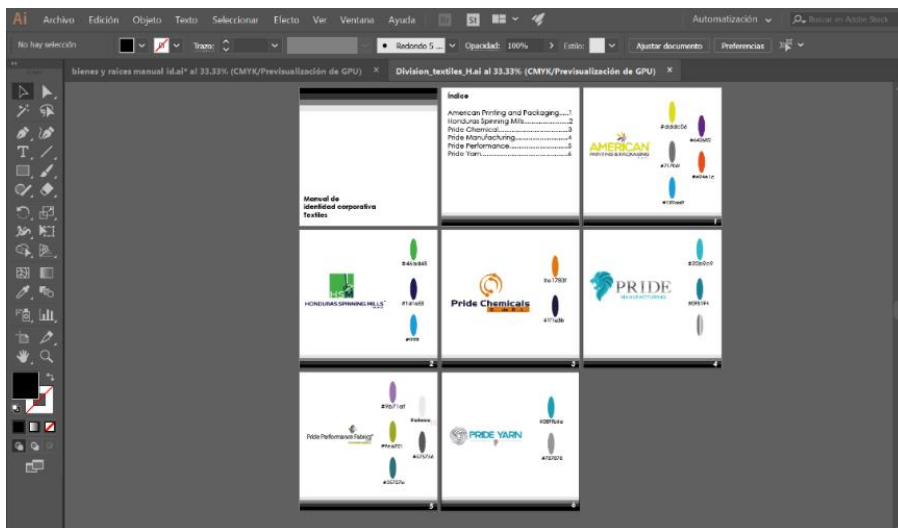
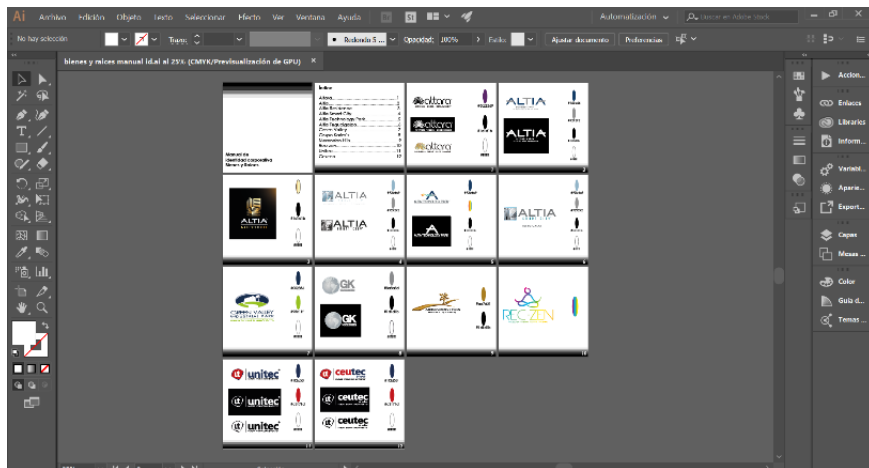


Anexo 16 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Altia



Este equipo > Escritorio > Practica > grupo karims > fotos >

Nombre	Fecha de modifica...	Tipo
GK1001 Editadas	08/05/2020 01:29 ...	Carpeta de archivos
GK1002 Editadas	08/05/2020 12:43 ...	Carpeta de archivos
LEVEL 1 Editadas	08/05/2020 01:54 ...	Carpeta de archivos
LEVEL 2 Editadas	08/05/2020 02:59 ...	Carpeta de archivos
LEVEL 3 Editadas	08/05/2020 03:30 ...	Carpeta de archivos





Anexo 19 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Green Valley

Pasos para desinfectar tu computadora

1. Apaga tu computadora.
2. Comienza por limpiar las zonas sucias más visibles. Pasa un algodón seco y unos cuantos palillos por el borde para sacar toda la suciedad acumulada.

Ten cuidado y no mojes el lente de la cámara.

3. Pasa por encima un algodón seco.
4. Finalmente pasa la toalla de microfibras para dejar brillando la pantalla.

Cómo limpiar tus gafas para evitar el COVID-19

1. Lávalte las manos con agua y jabón o gel hidroalcohólico.
2. Moja las gafas en agua tibia y aplica una pequeña porción de jabón neutro en los lentes.
3. Frota suavemente, durante 1 minuto, ambos lados de los lentes.
4. Enjuágalas con agua.
5. Seca los lentes con un paño limpio o un toallita de microfibra.
6. Desinfecta de nuevo tus manos.




Forma correcta de toser y estornudar



Cubre tu boca y nariz con la parte superior del brazo, haciendo un sello para evitar salida de gotas de saliva.



No quites la mascarilla al toser o al estornudar.



O cúbrete con un pañuelo desechable.



Nunca te toques la cara sino te has lavado las manos con agua y jabón.



Uso correcto de caretas y gafas protectoras



Uso correcto de la careta.



Uso incorrecto de la careta.



Limpia tu careta con un pañuelo húmedo con agua y un poco de jabón desde la parte de adentro hasta la externa.



Al quitarte las gafas lánzalas de los lados y déjalas en una caja donde las puedas desinfectar.





Pasos para desinfectar tu celular

1. Quitá la funda o protector de tu celular, ¡será más fácil la limpieza!
2. Comienza por limpiar las zonas sucias más visibles. Pasa un algodón seco y unos cuantos palillos por el borde para sacar toda la suciedad acumulada.

Ten cuidado y no mojes los lentes de la cámara.


3. Pasa por encima un algodón seco.
4. Finalmente pasa la toalla de microfibras para dejar brillando la pantalla.

Anexo 18 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Green Valley


Pasos para desinfectar tu computadora

1. Apaga tu computadora.
2. Comienza por limpiar las zonas sucias más visibles. Pasa un algodón seco y unos cuantos pabillos por el borde para sacar toda la suciedad acumulada. Ten cuidado y no mojes el lente de la cámara.
3. Pasa por encima un algodón seco.
4. Finalmente pasa la toalla de microfibras para dejar brillando la pantalla.




ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS


Forma correcta de toser y estornudar




✓
Cubre tu boca y nariz con la parte superior del brazo, haciendo un sello para evitar salida de gotas de saliva.



✓
No quites la mascarilla al toser o al estornudar.



✗
O cubrete con un pañuelo desechable.



✗
Nunca te toques la cara sino te has lavado las manos con agua y jabón.

ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Los pasos para un lavado CORRECTO

1. Usa jabón líquido o en barra
2. Talla tus palmas, dorso y entre los dedos
3. Lávalas por lo menos 20 segundos sin olvidar las muñecas
4. Enjuaga completamente
5. Seca tus manos con un papel desechable
6. Con el papel clara la llave y trálo a la basura








ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Pasos para desinfectar tu celular

1. Quita la funda o protector de tu celular, ¡será más fácil la limpieza!
2. Comienza por limpiar las zonas sucias más visibles. Pasa un algodón seco y unos cuantos pabillos por el borde para sacar toda la suciedad acumulada. Ten cuidado y no mojes los lentes de la cámara.
3. Pasa por encima un algodón seco.
4. Finalmente pasa la toalla de microfibras para dejar brillando la pantalla.




ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Forma correcta de toser y estornudar



✓
Cubre tu boca y nariz con la parte superior del brazo, haciendo un sello para evitar salida de gotas de saliva.



✓
No quites la mascarilla al toser o al estornudar.



✗
O cubrete con un pañuelo desechable.




✗
Nunca te toques la cara sino te has lavado las manos con agua y jabón.

ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS


Uso de Mascarillas

Es obligatorio el uso de mascarillas antes de ingresar y durante tu permanencia dentro de nuestras instalaciones. La mascarilla es un medio de control para reducir la propagación de la infección en las personas.


Cuando usar una mascarilla



TOS O ESTORNUDO




UTILICE UNA MASCARILLA SI ESTA TOMANDO CUIDADO DE UNA PERSONA CON COVID-19




DESHECHARLO CORRECTAMENTE


Como usar una mascarilla



LAVARSE LAS MANOS CON AGUA Y JABÓN



CUBRE NARIZ Y BOCA




RETRASARLA CON AMBAS MANOS

ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Cómo limpiar tus gafas para evitar el COVID-19

1. Lávate las manos con agua y jabón o gel hidroalcohólico.
2. Moja las gafas en agua tibia y aplica una pequeña porción de jabón neutro en los lentes.
3. Frota suavemente, durante 1 minuto, ambos lados de los lentes.
4. Enjuágalas con agua.
5. Seca los lentes con un paño limpio o un toallita de microfibra.
6. Desinfecta de nuevo tus manos.



ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Uso correcto de caretas y gafas protectoras



✓
Uso correcto de la careta.



✗
Uso incorrecto de la careta.



✓
Limpia tu careta con un pañuelo húmedo con agua y un paño de lana desde la parte de adentro hasta la externa



✗
Al quitarte las gafas tomales de los lados y deposita las en una caja donde las puedas desinfectar.

ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Limpieza de áreas de trabajo

Mantener limpia el área de trabajo como:

- Escritorios.
- Mesas de trabajo.
- Teclados.
- Mouse.
- Teléfono.



Desinfecta el celular



ALTIMA
SISTEMAS INTEGRADOS

Pasos para desinfectar tu celular



1. Apaga tu celular y quítale la funda.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo.



3. Comienza a limpiar tu dispositivo móvil y su funda.



¡Listo! Limpia tu celular todos los días.



Pasos para desinfectar tus gafas.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo o también puedes lavarlo con agua y jabón.



Frota con cuidado para no rayar los lentes.



¡Listo! Limpia tus gafas todos los días.



Pasos para desinfectar tu computadora



1. Apaga tu computadora.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo.



3. Comienza a limpiar tu computadora por afuera y adentro.



¡Listo! Limpia tu computadora todos los días.



Anexo 20 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Green Valley

Pasos para desinfectar tus gafas.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo o también puedes lavarlo con agua y jabón.



Frota con cuidado para no rayar los lentes.



¡Listo!
Limpia tus lentes todos los días.



Pasos para desinfectar tu celular



1. Apaga tu celular y quítale la funda.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo.



3. Comienza a limpiar tu dispositivo móvil y su funda.



¡Listo!
Limpia tu celular todos los días.



Pasos para desinfectar tu computadora



1. Apaga tu computadora.



Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo.



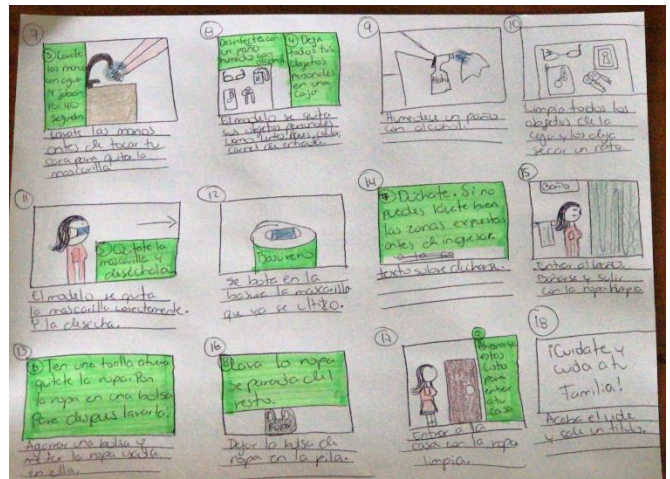
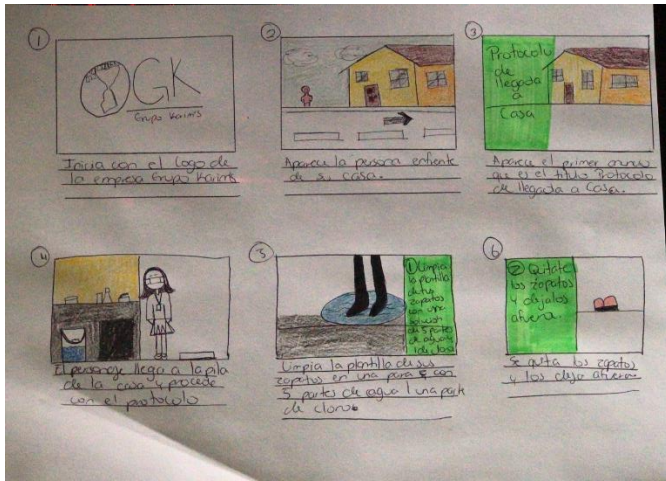
3. Comienza a limpiar tu computadora por afuera y adentro.



¡Listo!
Limpia tu computadora todos los días.



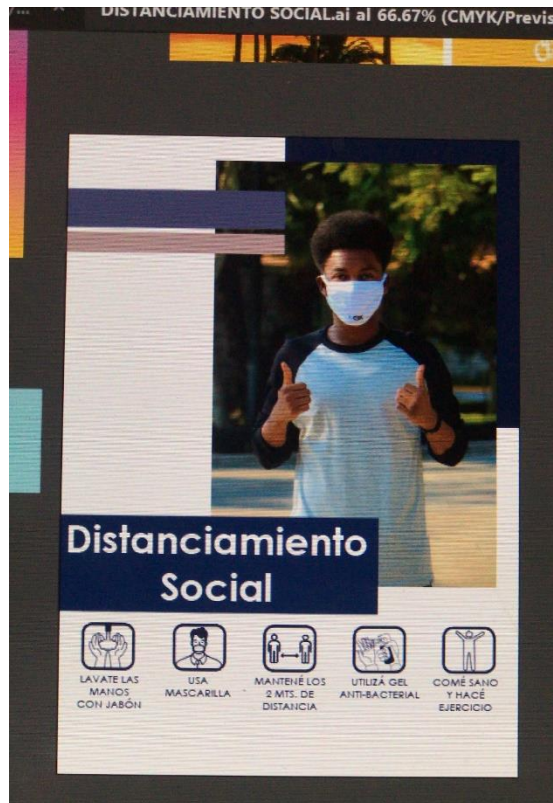
Anexo 21 Medidas de bioseguridad contra el COVID-19 para Altia



Anexo 22 Storyboard protocolo de seguridad en casa



Anexo 23 Referencia para campaña de medidas de bioseguridad para Altia



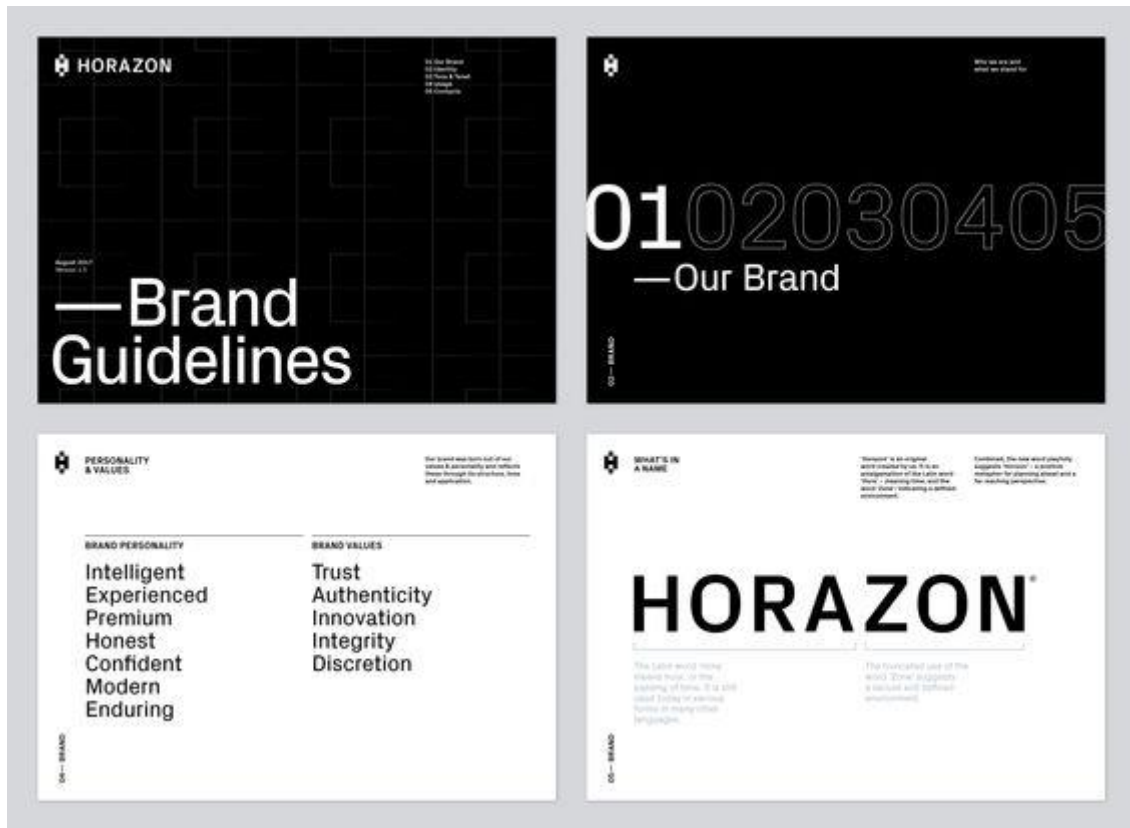
Anexo 24 Primeros artes de medidas de seguridad para Altia y Grupo Karim's



Anexo 25 Paleta de colores para escoger en las medidas de precaución para Altia y Grupo Karim's



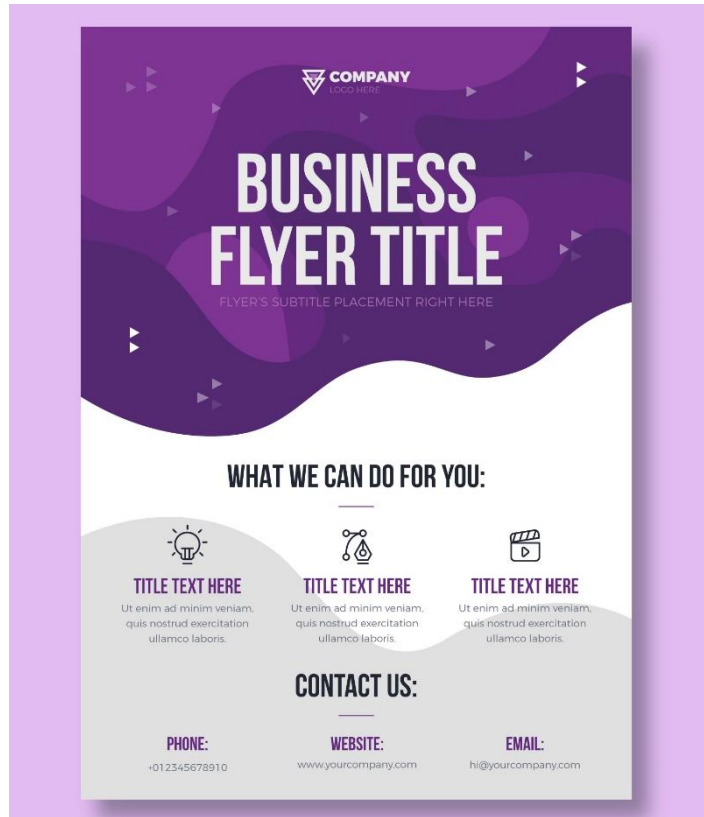
Anexo 26 Paleta de colore para seleccionada para las medidas de precaución para Altia y Grupo Karim's



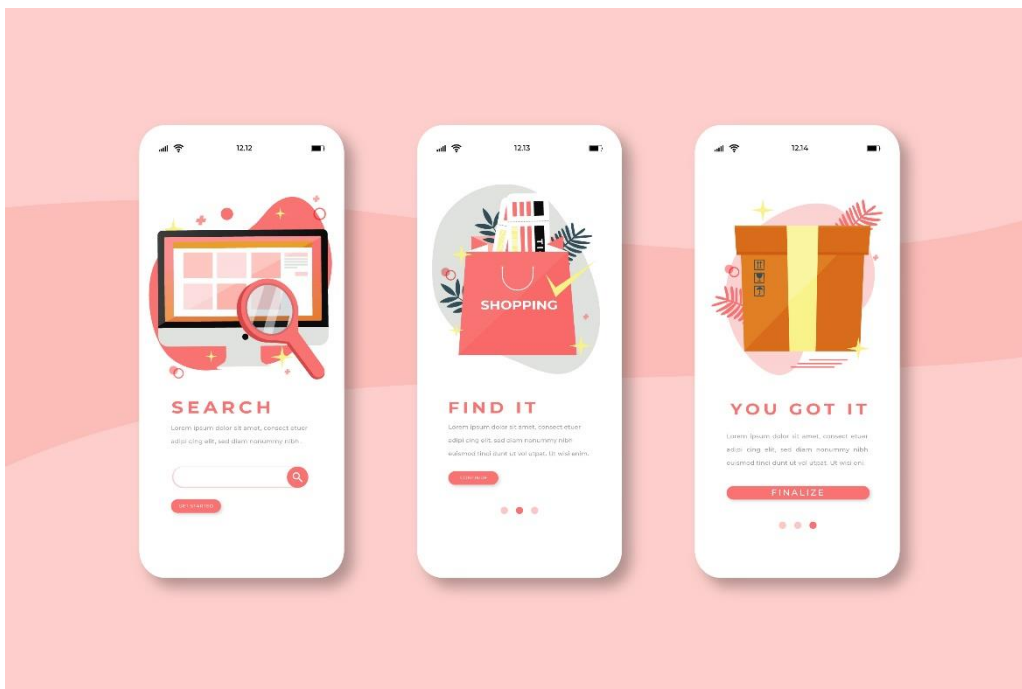
Anexo 27 Referencia para el manual de identidad corporativa para Grupo Karim's y sus empresas afiliadas



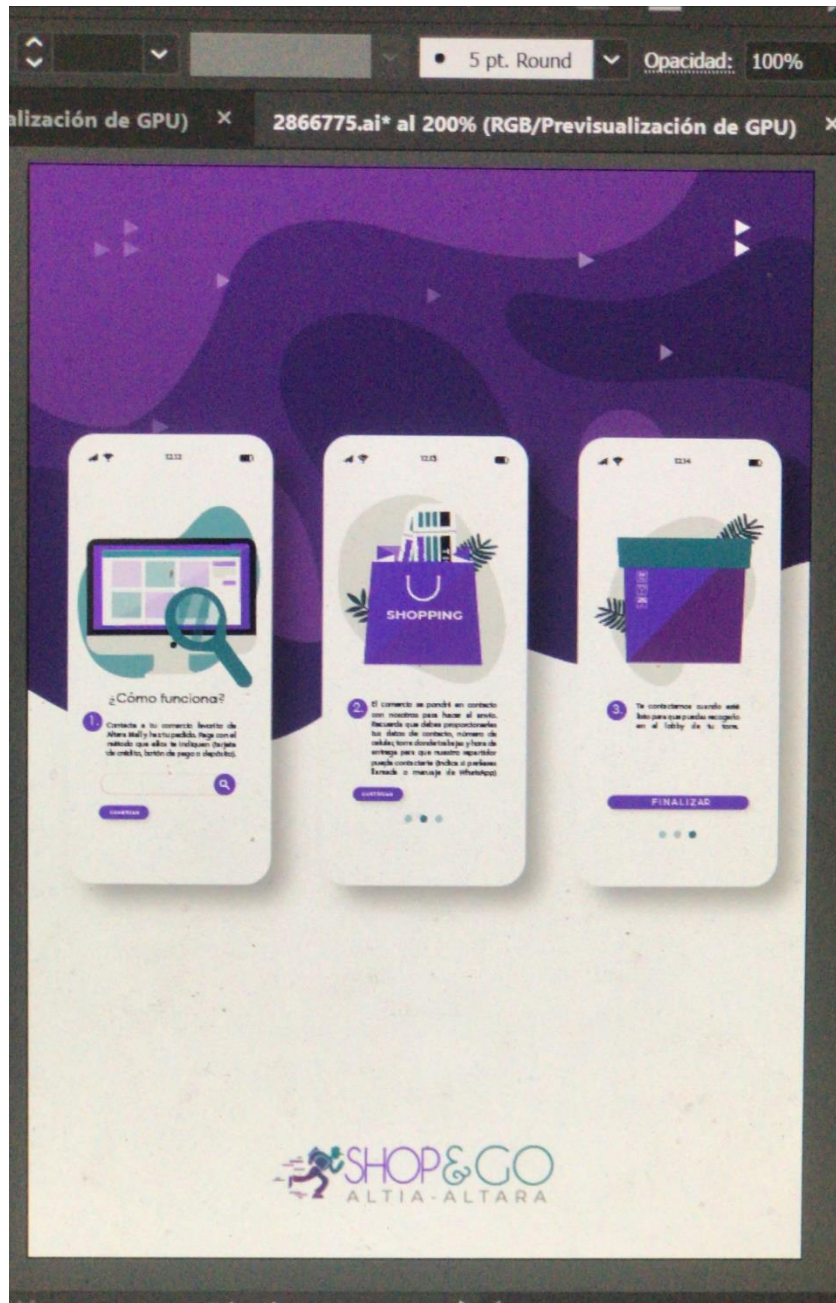
Anexo 28 Manual de identidad corporativa para Bienes y Raíces y Textiles.



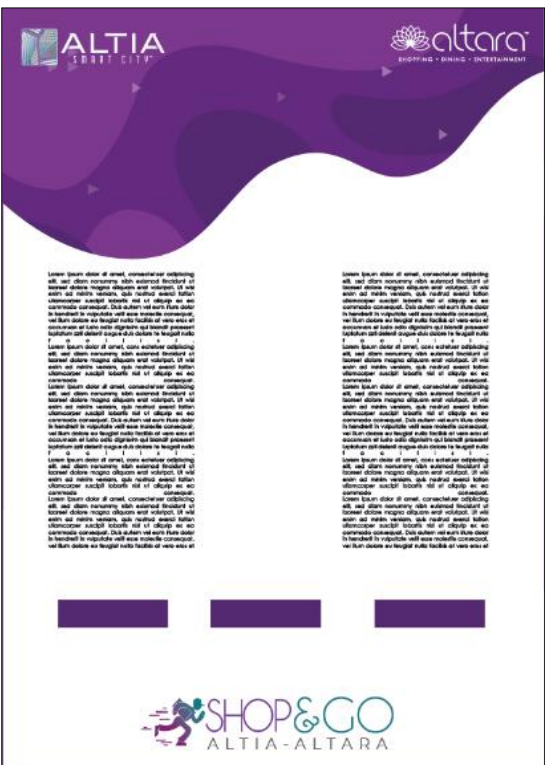
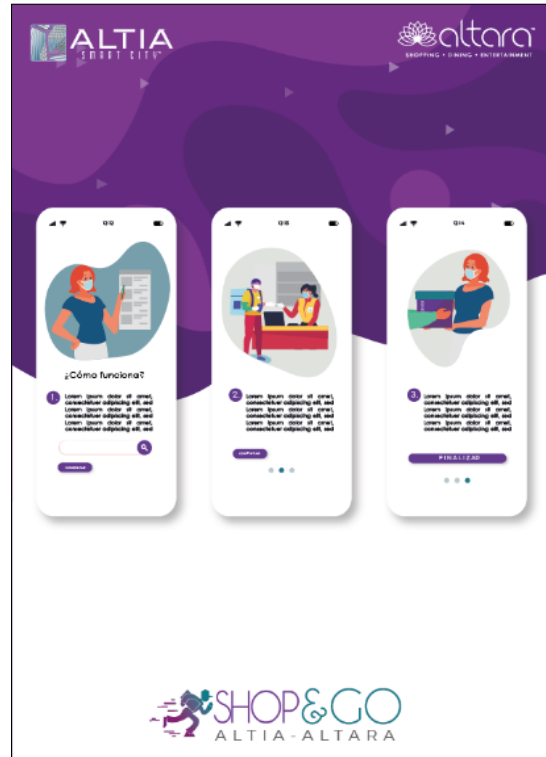
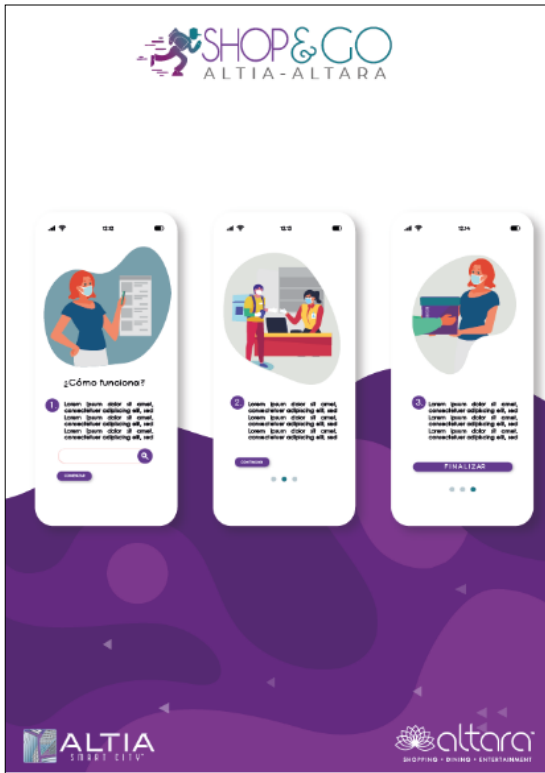
Anexo 29 Referencia para la campaña de Shop & Go.



Anexo 30 Vectores de referencia para la campaña de Shop & Go.



Anexo 31 Primera propuesta para arte de Shop & Go.



Anexo 31 Segunda propuesta para arte de Shop & Go.



¡Te llevamos tus compras a Altia sin ningún costo adicional!

¿Cómo funciona?

1 Contacta al comercio favorito de Altia Mail y haz tu pedido. Paga con el método que ellos te indiquen (tarjeta de crédito).

2 Recibirás que ellos preparen tu pedido y te den los datos de contacto, número de celular, correo electrónico y hora de entrega para que tu compra te sea entregada en el momento que prefieras (llamada o mensaje de WhatsApp). El comercio se comunicará contigo con nosotros para hacer el envío.

3 Te contactamos cuando está listo para que puedas recogerlo en el

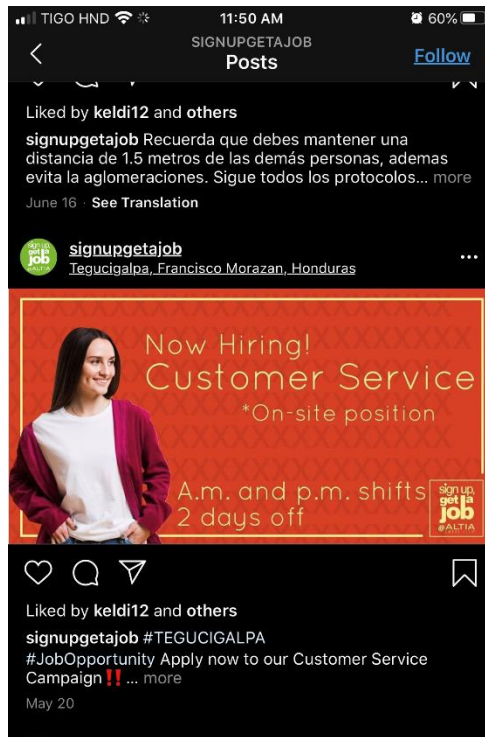
ALTIA
SOCIETY

altara
LIVING - WORK - ESTABLISHMENT

Anexo 32 Propuesta final para arte de Shop & Go.



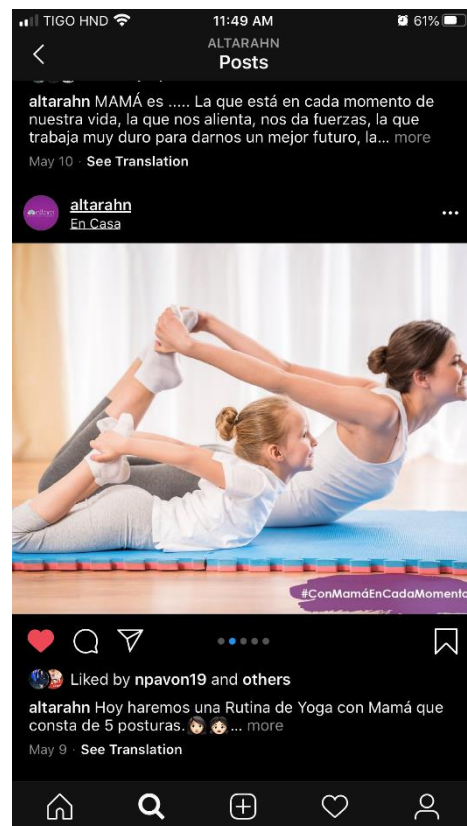
Anexo 33 Publicidad de las redes sociales de Altia.



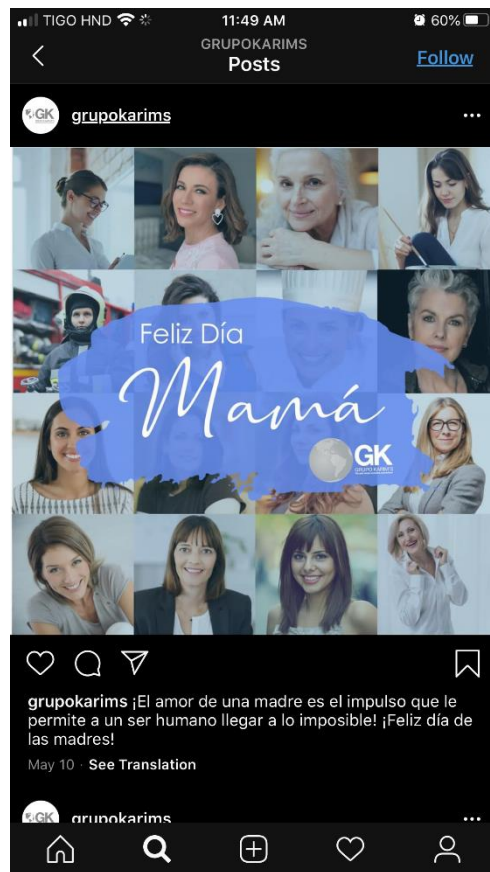
Anexo 34 Publicidad de Sign Up Get a Job en las redes sociales



Anexo 35 Publicidad de Altara en las redes sociales



Anexo 36 Publicidad de Altara para el día de las madres



Anexo 37 Publicidad Grupo Karim's y empresas afiliadas para el día de las madres



Anexo 38 Publicidad de Altara en las redes sociales



Anexo 39 Afiches de bioseguridad para Green Valley



Anexo 40 Afiches para Sing Up Get a Job



Anexo 41 Afiches de bioseguridad para Green Valley

Estaciones de Desinfección



Recuerda que antes de ingresar a los edificios, debes pasar por la Estación desinfectando tus artículos personales.



USO ADECUADO DE GEL




Deposita el gel en la palma de tu mano

Frota las palmas de tus manos

Frota la palma de tu mano derecha contra el dorso de la mano izquierda y viceversa

Agarra tus dedos y frota los entre las palmas de las manos

Frota las muñecas de tus manos

Frota tus pulgares en un movimiento de rotación

Frota la punta de los dedos con movimientos circulares

Una vez secas, tus manos están seguras




Primero es tu Salud, para evitar el contagio a partir de la fecha favor no utilizar el Reloj de marcaje.



Zonas de Desinfección del Vehículo






Desinfecte las superficies con las que tiene contacto mas frecuente dentro y fuera del vehículo.

Mantener ventilado el vehículo.

Mantener desinfectado el manubrio de las motocicletas y bicicletas .

Mantener desinfectado los elementos de seguridad como casco, guantes, gafas, entre otros.




Anexo 41 Afiches de bioseguridad para Altia

Tabla 19 Cronología semana 01

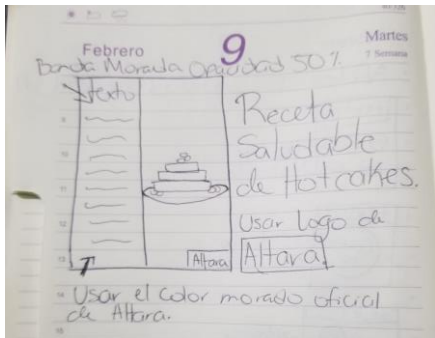
Universidad Tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Nelly Gabriela Pineda Pagoaga	Nombre del Lugar de Practica: Grupo Karim's
Semana: #1	Total de Horas: 55 Horas y 48 min

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Abril 27 a Mayo 1, 2020	Tarea 1.1 Presentación para Medical Gowns. GK	3 Hrs. Y 30 min	Presentación de textiles para batas médicas.
	Tarea 1.2 Investigación de redes sociales.	5 Hrs. y 45 min	Investigación de que están haciendo los diferentes centros comerciales a nivel nacional e internacional con lo de la cuarentena por el (COVID-19).
	Tarea 1.3 Arte para contenidos en redes sociales. Hotcakes Saludables.	10 Hrs. Y 23 min	Publicación para las redes sociales de Altara como Instagram y Facebook. Una receta para hacer desayuno saludable en casa con sus ingredientes y la preparación.
	Tarea 1.4 Arte del Mes de Cumpleaños.	3 Hrs. Y 25 min	Arte del mes de Mayo para los cumpleaños de las diferentes empresas.
	Tarea 1.5 Artes del día del trabajador.	3 Hrs. Y 45 min	Publicidad interna y externa para el día del trabajador.
	Tarea 1.6 Arte para redes sociales, escoge tu favorito (Pizza o alitas).	1 Hrs.	Fotografías de los dos elementos para postear en las redes sociales.

	Tarea 1.7 Arte para redes sociales, En mi próxima visita a Altara, quiero ir a.	3 Hrs. y 25 min	Una publicación para las redes sociales de Instagram y Facebook de Altara.
	Tarea 1.8 Arte para redes sociales, Ingrediente favorito para la baleada.	7 Hrs. Y 15 min	Una publicación para las redes sociales de Instagram y Facebook de Altara.
	Tarea 1.9 Arte para redes sociales, Receta de sándwich Katsu.	7 Hrs. Y 20 min	Una publicación para las redes sociales de Instagram y Facebook de Altara.
	Tarea 1.10 Tarea 2.3 Edición de 50 fotos para Grupo Karim's.	10Hrs.	Editar 50 fotos en png. Transparente, blanco y archivo editable.

Evidencia de Tarea 1.3

-Lic. Dayana Valladares



Evidencia de Tarea 1.9

-Lic. Dayana Valladares

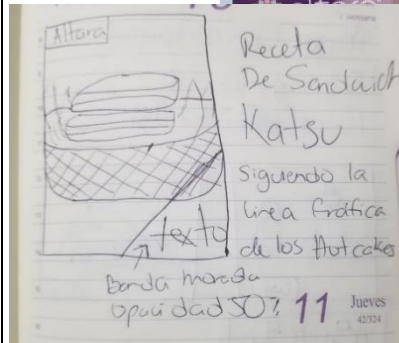
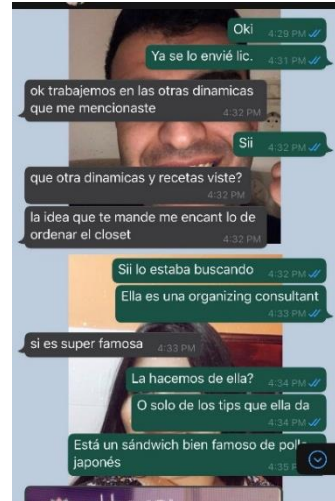


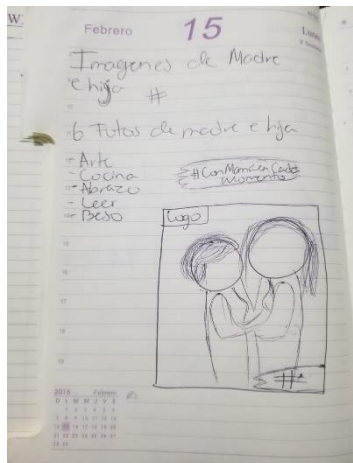
Tabla 20 Cronología semana 02

Semana: #2	Total de Horas: 51 Horas y 10 min
-----------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Mayo 4 a Mayo 8,2020	Tarea 2.1 #ConMamáEnCadaMomento 5 Publicidades de mamá.	8 Hrs. Y 45 min	5 artes de madres e hijas. Para el día de las madres.
	Tarea 2.2 #ConMamáEnCadaMomento Yoga con Mamá 5 Publicidades de mamá.	7 Hrs. y 28 min	5 artes de madres e hijas. Para el día de las madres.
	Tarea 2.3 Afiches de Bioseguridad COVID 19 para Green Valley.	7 Hrs. y 55 min	Afiches de bioseguridad. Para Medidas de bioseguridad (9 artes).
	Tarea 2.4 Publicación oficial día de las madres. Para el centro comercial Altara, Grupo Karim's, Pride, Altia y Green Valley.	16 Hrs. y 15 min	5 Publicidades para las empresas afiliadas con el arte del día de la madre.
	Tarea 2.5 Afiches de Bioseguridad COVID 19 para Green Valley.	10 Hrs. y 47 min	Afiches de bioseguridad. 1.Cajero 2.Bienvenida. 3.Gel antibacterial. 4.Debo utilizar guantes. 5.Antes de ingresar a las instalaciones. 6.Distanciamiento Social. 7.Favor desechar mascarilla y guantes. 8.Protocolo buses. 9.Procedimiento llamadas de emergencia. 10.6 pasos para lavarse las manos.

Evidencia de Tarea 2.1

-Lic. Dayana Valladares



Evidencia de Tarea 2.2

-Lic. Dayana Valladares

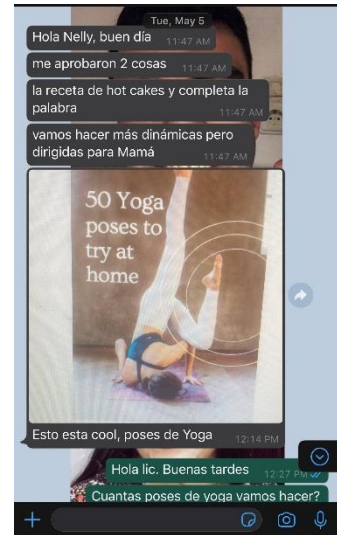


Tabla 21 Cronología semana 03

Semana: #3	Total de Horas: 50 Horas y 50 min
-------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Mayo 11 a Mayo 15,2020	Tarea 3.1 Correcciones de Afiches para Green Valley	5 Hrs. Y 45 min	1.Distanciamiento Social. 2. Utilice Gel desinfectante.
	Tarea 3.2 Afiches para Green Valley.	4 Hrs. Y 16 min	Pediluvio 3 medidas de bioseguridad.
	Tarea 3.3 Afiche para Altia Sign up get a job.	2 Hrs. Y 30 min	Arte para la campaña Sign up get a job de Altia.
	Tarea 3.4 Publicidad para Altara en sus redes sociales.	8 Hrs. Y 56 min	Beneficios del café.
	Tarea 3.5 Afiches de Bioseguridad COVID 19 para Pride.	10 Hrs. Y 47 min	Afiches de bioseguridad. 1.Cajero 2.Bienvenida. 3.Gel antibacterial. 4.Debo utilizar guantes. 5.Antes de ingresar a las instalaciones. 6.Distanciamiento Social. 7.Favor desechar mascarilla y guantes. 8.Protocolo buses. 9.Procedimiento llamadas de emergencia. 10.6 pasos para lavarse las manos.
	Tarea 3.6 6 Pasos para manicure en casa.	8 Hrs. Y 42 min	Publicación de redes sociales para Altara.
	Tarea 3.7 Correcciones de Afiches para Pride.	9 Hrs y 54 min	1.Favor desechar mascarilla y guantes. 2.Protocolo buses.

			3.Procedimiento llamadas de emergencia. 4.6 pasos para lavarse las manos.
--	--	--	--

Evidencia de Tarea 3.4 -Lic. Dayana Valladares	Evidencia de Tarea 3.6 -Lic. Dayana Valladares
---	---











Tabla 22 Cronología semana 04

Semana #4	Total de horas: 41 Horas y 11 min
------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Mayo 18 a Mayo 24,2020	Tarea 4.1 6 Pasos para realizar tu tie dye en casa.	10 Hrs. Y 20 min	Publicidad para las redes sociales de Altara.
	Tarea 4.2 Investigación detallada de la señalización que se implementara en Altara por la bioseguridad contra el COVID 19.	16 Hrs. Y 25 min	Investigación detallada de diferentes centros comerciales a nivel nacional e internacional.
	Tarea 4.3 Afiche para Altia Sign up get a job.	3Hrs. Y 30 min	Arte para la campaña Sign up get a job de Altia.
	Tarea 4.4 Pdf de Investigación detallada de la	10 Hrs. Y 56 min	Pdf de Investigación detallada de diferentes centros

	<p>señalización que se implementara en Altara por la bioseguridad contra el COVID 19.</p>		<p>comerciales a nivel nacional e internacional.</p>
--	---	--	--






<p>Evidencia de Tarea 4.1</p> <p>-Lic. Dayana Valladares</p>	<p>Evidencia de Tarea 4.3</p> <p>-Lic. Dayana Valladares</p>
  	 

Tabla 23 Cronología semana 5

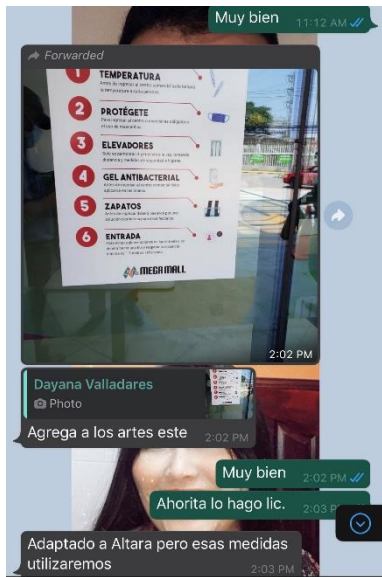
Semana #5	Total de horas: 50 Horas y 14 min
------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Mayo 25 a Mayo 29,2020	Tarea 5.1 Línea Grafica de medidas de seguridad para Altara.	13 Hrs. Y 46 min	1.Sticker de piso. 2. Flechas de ida y regreso. 3.Afiches informativos dispensadores y elevadores. 4.Información elevador panorámico. 5.Información elevador de entrada a Unitec. 6.Información de afiches en dispensadores. 7.Información para Medidas de Prevención. 8 Sticker de piso para elevadores. 9.Stickers de X para mesas del food court.
	Tarea 5.2 Línea Grafica de medidas de seguridad para Altia.	9 Hrs. Y 25 min	1.Stickers para mesas. 2.Stickers para baños y lavamanos.

			<p>3.Stickers para marco de cedula</p> <p>4.Sticker de piso.</p> <p>5. Flechas de ida y regreso.</p> <p>6.Afiches informativos dispensadores.</p> <p>7.Información para elevador.</p> <p>8.Stickers para mesas del Rec-zen.</p>
	<p>Tarea 5.3</p> <p>Campaña publicitaria de medidas de prevención para Grupo Karim's y afiliados.</p>	16Hrs. Y 48min	<p>Campaña de medidas de precaución adentro de las empresas.</p>
	<p>Campaña publicitaria de medidas de prevención para Grupo Karim's y afiliados.</p>	10 Hrs. Y 15 min	<p>Campaña de medidas de precaución adentro de las empresas.</p>

Evidencia de Tarea 5.2

-Lic. Dayana Valladares



Evidencia de Tarea 5.3

-Lic. Denisse López

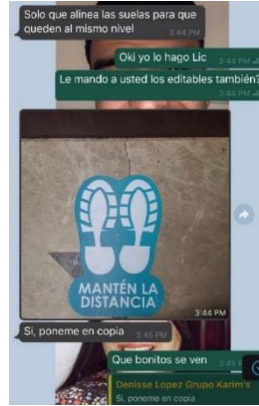


Tabla 24 Cronología semana 6

Semana #6	Total de horas: 46 Horas
------------------	-------------------------------------

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Junio 1 a Junio 5, 2020	Tarea 6.1 Correcciones de la campaña publicitaria.	8 Hrs. Y 23 min	Corregir errores de los diferentes artes de la campaña.
	Tarea 6.2 Video para la campaña publicitaria.	10 Hrs. Y 16 min	1. Investigar acerca del tema del video. 2. Storyboard 3. Comunicarse con el modelo y dueño de la casa.
	Tarea 6.3 Grabación de video	6Hrs. Y 30min	Grabación del video de protocolo de llegada a casa contra COVID-19.
	Tarea 6.4 Edición de video	18 Hrs. Y 50 min	Editar el video de las medidas al llegar a casa.

	Tarea 6.5 Afiches Sign up get a job.	1Hrs.	Arte para la campaña Sign up get a job de Altia.
	Tarea 6.6 Afiche para Grupo Karim's	1 Hrs.	Arte de precaución para el piso mojado.




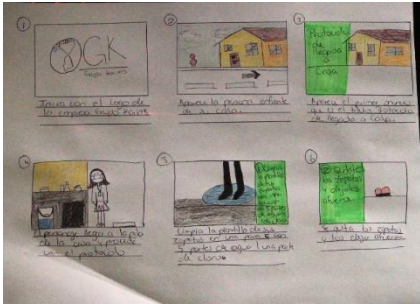



Evidencia de Tarea 6.2 -Lic. Denisse López	Evidencia de Tarea 6.5 -Lic. Denisse López
   	  

Tabla 25 Cronología semana 7

Semana #7	Total de horas: 63 Horas y 28 min
------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Junio 8 a Junio 12,2020	Tarea 7.1 Cronopost de la empresa	25 Hrs. Y 50 min	Crear un diseño de un calendario con fechas importantes de la empresa y el país.
	Tarea 7.2 Manual de organización de logos de la empresa.	20 Hrs. Y 26 min	Manual de organización de logos para las distintas empresas de grupo Karim's y sus afiliados.
	Tarea 7.3 Correcciones de la campaña publicitaria de Altia.	4 Hrs.	Corregir errores de los diferentes artes de la campaña.
	Tarea 7.4 Creación de anexos a la campaña	6 Hrs.	Crear vectores para diseñar el anexo a la campaña

	publicitaria de Altia		publicitaria de Altia
	Tarea 7.5 Creación de stickers para Altia.	7 Hrs y 12 min	Crear stickers para el uso en las diferentes áreas de la empresa.


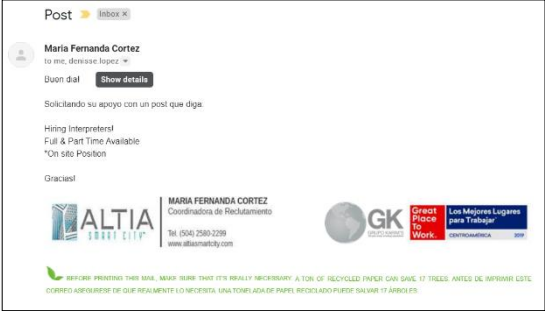




Evidencia de Tarea 7.4 -Lic. Denisse López	Evidencia de Tarea 7.5 -Lic. Denisse López

Tabla 26 Cronología semana 8

Semana #8	Total de horas: 43 Horas y 20 min
------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Junio 15 a Junio 19,2020	Tarea 8.1 Cronopost de la empresa	15 Hrs. Y 15 min	Crear un diseño de un calendario con fechas importantes de la empresa y el país.
	Tarea 8.2 Manual de organización de logos de la empresa.	13 Hrs. Y 45 min	Manual de organización de logos para las distintas empresas de grupo Karim's y sus afiliados.
	Tarea 8.3 Afiche para Altia sign up get a job	2 Hrs. y 35 min	Arte publicitario para sign up get a job.
	Tarea 8.4 Afiches de prevención para Altia y Green Valley	5 Hrs.	Afiches con la línea gráfica de Altia y Green Valley.

	<p>Tarea 8.5</p> <p>Creación de stickers para Grupo Karim's</p>	<p>6Hrs. Y 45 min</p>	<p>Crear stickers para el uso en las diferentes áreas de la empresa.</p>
--	---	-----------------------	--

<p>Evidencia de Tarea 8.3</p> <p>-Lic. María Fernanda Cortes</p>	<p>Evidencia de Tarea 8.4</p> <p>-Lic. Ana Chinchilla</p>
 <p>Hiring Interpreters! FULL & Part Time Available On site Position</p> <p>sign up get the job @ALTIA</p>  <p>Post inbox x</p> <p>María Fernanda Cortes to me, doreasa lopez</p> <p>Buen día Show details</p> <p>Solicitando su apoyo con un post que diga:</p> <p>Hiring Interpreters! Full & Part Time Available *On site Position</p> <p>Gracias!</p> <p>ALTIA MARIA FERNANDA CORTES Coordinadora de Reclutamiento Tel: (042) 2580-2299 www.altiasr.com</p> <p>GK Great Place to Work Los Mejores Lugares para Trabajar</p> <p><small>BEFORE PRINTING THIS MAIL, MAKE SURE THAT IT'S REALLY NECESSARY. A TON OF RECYCLED PAPER CAN SAVE 17 TREES. ANTES DE IMPRIMIR ESTE CORREO ASEGURESE DE QUE REALMENTE LO NECESITA. UNA TONELADA DE PAPEL RECICLADO PUEDE SALVAR 17 ARBOLES.</small></p>  <p>TIGO HND 9:15 AM 43%</p> <p>Altia Business Park Jobs posted a job. Sponsored</p> <p>Hiring now for Customer Service Interpreters!! Sundays OFF !!</p> <p>Schedule: ✓ Full Time: Mon-Fri 8:00 am-5:00pm ✓ Part Time: Mon-Fri 4 hours daily ✓ Sunday OFF</p> <p>Requirements: ✓ Above 90% English Level ✓ High School Diploma ✓ Computer Skills</p> <p>Send us an inbox with your full name and phone number or send us a Whatsapp for more information https://wa.me/50494829584</p> <p>Hiring Interpreters! FULL & Part Time Available On site Position</p> <p>Write a comment...</p>	 <p>Ana Chinchilla to me</p> <p>Spanish → English • Translate message Turn off for</p> <p>Hola Nelly, buen día.</p> <p>Adjúntame con 2 áreas porfa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hojas del estomodo (adjunta imágenes de referencia) 2. Uso correcto de caretas y gafas protectoras. (Videos). <p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=9Y_uR70g https://www.youtube.com/watch?v=9Y_uR70g</p> <p>o: diseño puede ser similar a los de CVPI, solamente que los colores cambian con los colores de Alta (aquí te lo) y siempre que sean más ilustrativos con un poco de texto.</p> <p>Saludos cordiales,</p>  <p>Uso correcto de caretas y gafas protectoras</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso correcto de la careta. ✗ Uso incorrecto de la careta. ✓ Limpia tu careta con un pañuelo húmedo con agua y un poco de jabón desde la parte de adentro hasta la exterior. ✓ Al quitarlas las gafas, fórmalas de los lados y deposítalas en una caja donde las puedas desinfectar. <p>ALTIA</p>  <p>Forma correcta de toser y estornudar</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cubre tu boca y nariz con la parte superior del brazo, haciendo un sello para evitar salir gotas de saliva. ✓ No quites la mascarilla al toser o estornudar. ✓ O cúbrelo con un pañuelo desechable. ✓ Nunca te toques la cara sino te has lavado las manos con agua y jabón. <p>ALTIA</p>

Forma correcta de toser y estornudar



Cubre tu boca y nariz con la parte superior del brazo, haciendo un codo para evitar salir gotas de saliva.



Nunca quites la mascarilla al toser o al estornudar.



O cúbrete con un pañuelo desechable.



Nunca te toques la cara sino te has lavado las manos con agua y jabón.



Uso correcto de caretas y gafas protectoras



Uso correcto de la careta.



Uso incorrecto de la careta.



Limpia tu careta con un pañuelo húmedo con agua y un poco de cloro desde la parte de adentro hasta la externa.



Al quitarle las gafas, fórmate de los lados y deposítalas en una caja donde las puedas desinfectar.



Tabla 27 Cronología semana 9

Semana #9	Total de horas: 47 Horas y 46 min
------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Junio 22 a Junio 26,2020	Tarea 9.1 Rediseñar afiches de Green Valley y Pride	7 Hrs. Y 45 min	Rediseñar afiches de bioseguridad para Green Valley y Pride.
	Tarea 9.2 Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	11 Hrs. Y 15 min	Afiches de bioseguridad para Green Valley y Altia.
	Tarea 9.3 Correcciones para Afiches de Green Valley	3 Hrs. y 48 min	Rediseñar afiches de bioseguridad para Green Valley
	Tarea 9.4 Creación de campaña para Shop and Go	14 Hrs. Y 23 min	Campaña publicitaria para shop and go.

	Tarea 9.5 Creación de línea gráfica para Shop and Go	10Hrs. Y 35 min	Afiches para shop and go.
--	---	-----------------	---------------------------

Evidencia de Tarea 9.2 -Lic. Denisse López	Evidencia de Tarea 9.3 -Lic. Denisse López
---	---





<p>Pasos para desinfectar tu celular</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quita la funda o protector de tu celular, será más fácil la limpieza! 2. Comienza por limpiar las zonas sucias más visibles. Pasa un algodón seco y unos cuantos pañillos por el borde para sacar toda la suciedad acumulada. <p>Ten cuidado y no mojes las lentes de la cámara.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pasa por encima un algodón seco. 4. Finalmente pasa la toalla de microfibras para dejar brillando la pantalla.  <p>GREEN VALLEY INSTITUCIÓN EDUCATIVA</p>	<p>Pasos para desinfectar tu celular</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apaga tu celular y quítale la funda. 3. Comienza a limpiar tu dispositivo móvil y su funda. <p>Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo.</p> <p>¡Listo! Limpia tu celular todos los días.</p>  <p>GREEN VALLEY INSTITUCIÓN EDUCATIVA</p>
<p>Cómo limpiar tus gafas para evitar el COVID-19</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lávate las manos con agua y jabón o gel hidroalcohólico. 2. Moja las gafas en agua tibia y aplica una pequeña porción de jabón neutro en las lentes. 3. Frota suavemente, durante 1 minuto, ambos lados de los lentes. 4. Enjuágalas con agua. 5. Seca las lentes con un paño limpio o un toallita de microfibra. 6. Desinfecta de nuevo tus manos.  <p>GREEN VALLEY INSTITUCIÓN EDUCATIVA</p>	<p>Pasos para desinfectar tus gafas.</p> <p>Con un desinfectante en spray humedece un pañuelo o también puedes lavarlo con agua y jabón.</p> <p>Frota con cuidado para no rayar las lentes.</p> <p>¡Listo! Limpia tus gafas todos los días.</p>  <p>GREEN VALLEY INSTITUCIÓN EDUCATIVA</p>

Tabla 28 Cronología semana 10

Semana #10	Total de horas: 40 Horas y 46 min
-------------------	--

Detalle de la Actividad	Tareas Realizadas	Tiempo Invertido	Observaciones
Junio 29 a Julio 3,2020	Tarea 10.1 Creación de campaña para Shop and Go	11Hrs. Y 35 min	Campaña publicitaria para shop and go.
	Tarea 10.2 Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	7 Hrs. Y 43 min	Afiches de bioseguridad para Green Valley y Altia.
	Tarea 10.3 Diseño de Afiches para Green Valley y Altia	8 Hrs. y 15 min	Afiches de bioseguridad para Green Valley y Altia.
	Tarea 10.4 Diseño de Afiches para Green Valley	6Hrs. 28 min	Afiches de bioseguridad para Green Valley.

	Tarea 10.5 Diseño de Afiches para Altia	6 Hrs. y 45 min	Afiches de bioseguridad para Altia.
	Tarea 10.6 Afiche para sign up get a job.	2 Hrs. Y 35 min	Afiche para sign up get a job.
	Tarea 10.7 Afiche para sign up get a job.	1 Hrs. Y 45 min	Afiche para sign up get a job.

Evidencia de Tarea 10.3 -Lic. Ana Chinchilla	Evidencia de Tarea 10.1 -Lic. Denisse López
