



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**CREACIÓN DE CAMPAÑAS INFORMATIVAS SOBRE ENFERMEDADES  
CRÓNICAS PARA LA REGIÓN SANITARIA METROPOLITANA DE SAN**

**PEDRO SULA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

**PRESENTADO POR:**

**21711201      ASTRID ALESIA HERNÁNDEZ GRÁDIZ**

**ASESOR: LIC. GREACY PINEDA**

**CAMPUS SAN PEDRO SULA;**

**ENERO 2021**

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios, por mostrar su gracia en mi vida en toda la trayectoria de mi carrera profesional y por darme un espíritu perseverante para nunca rendirme a pesar de las adversidades. A mis papás, por ser mi mayor ejemplo de superación, por su apoyo, por alentarme, por enseñarme a ser resiliente y a nunca conformarme. A mi abuela, por sus palabras sabias, por sus consejos y amor. Gracias a mis catedráticos, por trasmitirme sus conocimientos y pasión por la carrera, por la paciencia, por ayudarme a explotar mi potencial, por las reprimendas que hoy, me hacen una profesional. A mi hermana, novio y personas que me apoyaron, motivaron e hicieron posible que culminara el desarrollo de mi proyecto de graduación.

A Dios, a mi familia y a mis catedráticos infinitas gracias.

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de graduación es uno de los principales requisitos para poder obtener el título en licenciatura de Diseño Gráfico, en este se realiza un determinado trabajo que mejore y ayude a resolver problemas de comunicación visual a alguna institución.

Se evaluó que, en el periodo, cuya duración es de 10 semanas, se llevaría a cabo este proyecto con la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula, cuya misión es garantizar el acceso a la prestación y provisión de servicios básicos de salud a todos los ciudadanos asegurando la equidad, calidez, calidad y eficiencia e los mismos sin distingo de ninguna clase [religión, Raza, Grupos social, etc.] Su principal objetivo es brindar servicios de atención a la salud a la comunidad residente en San Pedro Sula, sin que el factor monetario sea un problema.

En el transcurso del periodo de Proyecto de Graduación con la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula, el estudiante desarrollo soluciones a problemas específicos en relación con el área de diseño gráfico, poniendo en práctica todos los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico en UNITEC. Dentro de los problemas solventados, se elaboraron campañas informativas sobre enfermedades crónicas, se realizo la creación de una línea gráfica y la preparación de plantillas para que la organización pudiese hacer uso de ellas en las ocasiones oportunas.

En los próximos capítulos se presentarán las investigaciones previas y el trabajo realizado para resolver las necesidades de la Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2 ENUNCIADO / DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>II. OBJETIVOS</b> .....	<b>9</b>
<b>3.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>9</b>
<b>3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>9</b>
<b>III. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>10</b>
<b>4.1 ENFERMEDADES</b> .....	<b>10</b>
4.1.2 ENFERMEDADES AGUDAS.....	10
4.1.3 ENFERMEDADES CRÓNICAS .....	11
4.1.4 TIPOS DE ENFERMEDADES CRÓNICAS .....	12
<b>4.2 PUBLICIDAD</b> .....	<b>24</b>
4.2.1 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL .....	26
4.2.2 IMPRENTA DE JOHANNES GUTENBERG.....	27
4.2.3 MEDIOS.....	29
4.2.4 REDES SOCIALES .....	39
4.2.5 FACEBOOK .....	45
4.2.5.2 TIPOS DE PUBLICIDAD EN FACEBOOK.....	47
4.2.7 LÍNEAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES .....	53
<b>4.3 INVESTIGACIÓN CONTEXTUAL</b> .....	<b>55</b>
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	<b>58</b>
<b>5.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS</b> .....	<b>58</b>
<b>5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>59</b>
<b>5.3 CRONOLOGÍA DE TRABAJO</b> .....	<b>60</b>
<b>VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DESARROLLADO</b> .....	<b>64</b>
<b>6.1 SEMANA 01</b> .....	<b>64</b>



6.2	SEMANA 02 .....	65
6.3	SEMANA 03 .....	66
6.4	SEMANA 04 .....	69
6.5	SEMANA 05 .....	70
6.6	SEMANA 06 .....	70
6.7	SEMANA 07 .....	71
6.8	SEMANA 08 .....	72
6.9	SEMANA 09 .....	74
6.10	SEMANA 10.....	75
<b>VII. PROPUESTA DE MEJORA.....</b>		<b>76</b>
7.1	CREACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO DE LA ORGANIZACIÓN.....	76
7.2	MANUAL DEL USO ADECUADO Y APLICABILIDAD DE UNA LÍNEA GRÁFICA .....	79
<b>VIII. APLICABILIDAD .....</b>		<b>81</b>
8.1	COSTOS.....	81
<b>IX. CONCLUSIONES.....</b>		<b>84</b>
<b>XI. RECOMENDACIONES.....</b>		<b>85</b>
9.1	RECOMENDACIONES A LA REGIÓN SANITARIA METROPOLITANA DE SAN PEDRO SULA.....	85
9.2	RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD .....	85
9.3	RECOMENDACIONES A LOS ALUMNOS.....	86

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. PÁGINA DE FACEBOOK REGIÓN.....	4
ILUSTRACIÓN 3. POSTEOS REALIZADOS POR REGIÓN METRO SPS .....	6
ILUSTRACIÓN 4. BRIGADAS DE REGIÓN METRO SPS.....	6
ILUSTRACIÓN 4. FOTO PERFIL REGIÓN METRO SPS.....	7
ILUSTRACIÓN 5. MEDIDOR DE PRESIÓN. ....	12
ILUSTRACIÓN 6. INSULINA.....	14
ILUSTRACIÓN 7. GLUCOMETRO .....	14
ILUSTRACIÓN 8. ENFISEMA. ....	15
ILUSTRACIÓN 9. BRONQUITIS. ....	16
ILUSTRACIÓN 9. CIGARRILLOS.....	16
ILUSTRACIÓN 10. QUEMA DE COMBUSTIBLES. ....	17
ILUSTRACIÓN 11. EQUIPO DE PROTECCIÓN RESPIRATORIA.....	18
ILUSTRACIÓN 12. CÉLULA CÁNCER SENO. ....	18
ILUSTRACIÓN 13. TUMOR. ....	19
ILUSTRACIÓN 14. SARCOMO DE TEJIDO BLANDO.....	20
ILUSTRACIÓN 15. TUMOR CEREBRAL. ....	20
ILUSTRACIÓN 16. SARCOMO DE TEJIDO BLANDO.....	22
ILUSTRACIÓN 17. GLÁNDULA TIROIDES. ....	23
ILUSTRACIÓN 18. BOCIO.....	23
ILUSTRACIÓN 19. CIRUGÍA TIROIDES. ....	24
ILUSTRACIÓN 20. THEOPHRASTE RENAUDOT .....	25
ILUSTRACIÓN 21. LA GAZZETTE .....	25
ILUSTRACIÓN 22. ANUNCIO DE LA PRIMER AGENCIA DE PUBLICIDAD .....	26
ILUSTRACIÓN 23. PRIMER IMPRENTA POR J. GUTENBERG .....	27
ILUSTRACIÓN 24. TIPOS DE PLOMO COLOCADOS.....	28

ILUSTRACIÓN 25. ENTINTADO IMPRENTA GUTENBERG.....	28
ILUSTRACIÓN 26. BIBLIA DE GUTENBERG, PRIMER LIBRO IMPRESO CON TIPOS MÓVILES.....	29
ILUSTRACIÓN 27. PILA DE VOLTA.....	30
ILUSTRACIÓN 28. PRIMER TELÉGRAFO.....	30
ILUSTRACIÓN 29. ALFABETO MORSE.....	31
ILUSTRACIÓN 30. GLUGLIEMO MARCONI.....	31
ILUSTRACIÓN 31. RADIO PORTATIL.....	32
ILUSTRACIÓN 32. DISCOS DE NIPKOW.....	32
ILUSTRACIÓN 33. TELEVISOR DE JONH LOGIE.....	33
ILUSTRACIÓN 34. PRIMER TELEVISOR COMERCIAL.....	33
ILUSTRACIÓN 35. TELEVISIÓN A COLOR.....	34
ILUSTRACIÓN 36. PUBLICIDAD TELEVISIVA COCA COLA.....	35
ILUSTRACIÓN 36. OPERADOR TELEVISIÓN SATELITAL.....	35
ILUSTRACIÓN 37. PRIMER PÁGINA WEB.....	36
ILUSTRACIÓN 38. PRIMER PÁGINA.....	37
ILUSTRACIÓN 39. PRIMER DISEÑO DE INTERFAZ AMAZON.....	37
ILUSTRACIÓN 40. INTERFAZ ACTUAL AMAZON.....	38
ILUSTRACIÓN 41. LOGO WIFI.....	39
ILUSTRACIÓN 42. INTERFAZ FRIENDSTORE.....	40
ILUSTRACIÓN 43. INTERFAZ MYSPACE.....	41
ILUSTRACIÓN 44. INTERFAZ FACEBOOK.....	41
ILUSTRACIÓN 45. INTERFAZ YOUTUBE.....	42
ILUSTRACIÓN 46. PERFIL TWITTER.....	42
ILUSTRACIÓN 47. INTERFAZ WHATSAPP.....	43
ILUSTRACIÓN 48. INTERFAZ INSTAGRAM.....	43
ILUSTRACIÓN 49. INICIO PINTEREST.....	44
ILUSTRACIÓN 50. TELEGRAM.....	44

ILUSTRACIÓN 51. INTERFAZ TIK TOK. ....	45
ILUSTRACIÓN 52. MARK ZUCKERBERG. ....	45
ILUSTRACIÓN 53. MARKET PLACE FACEBOOK. ....	46
ILUSTRACIÓN 54. FACEBOOK LIVE.....	47
ILUSTRACIÓN 55. ANUNCIO FOTO.....	47
ILUSTRACIÓN 56. ANUNCIO VIDEO. ....	48
ILUSTRACIÓN 57. ANUNCIO CARRUSEL.....	48
ILUSTRACIÓN 58. ANUNCIO CON PRESENTACIÓN, .....	49
ILUSTRACIÓN 59. ANUNCIO EN COLECCIÓN.....	49
ILUSTRACIÓN 60. ANUNCIO LEADS. ....	50
ILUSTRACIÓN 61. ANUNCIO MESSENGER. ....	50
ILUSTRACIÓN 62. PERFIL CARGIL.....	52
ILUSTRACIÓN 63. CONTENIDO REDES PRONTO CARGO.....	53
ILUSTRACIÓN 64. LÍNEA GRÁFICA DAGAS.....	53
ILUSTRACIÓN 65. LÍNEA GRÁFICA PEPSI.....	54
ILUSTRACIÓN 66. LÍNEA GRÁFICA DENNYS.....	54
ILUSTRACIÓN 67. LÍNEA GRÁFICA DENNYS.....	56
ILUSTRACIÓN 68. ORGANIGRAMA REGIÓN SANITARIA METROPOLITANA DE SPS.....	57
ILUSTRACIÓN 69. BOCETOS PUBLICACIONES. ....	65
ILUSTRACIÓN 70. LOGO DE REGIÓN METRO VECTORIZADO.....	66
ILUSTRACIÓN 71. LOGO DE SECRETARIA DE SALUD VECTORIZADO.....	66
ILUSTRACIÓN 72. EDICIÓN RECURSOS PARA CAMPAÑA. ....	67
ILUSTRACIÓN 73. PIEZA GRÁFICA SINTOMAS PARA CAMPAÑA. ....	67
ILUSTRACIÓN 74. PIEZA GRÁFICA DATOS PARA CAMPAÑA. ....	68
ILUSTRACIÓN 75. CAMPAÑA HIPERTENSIÓN. ....	68
ILUSTRACIÓN 76. ORDEN DE PIEZAS GRÁFICAS. ....	69
ILUSTRACIÓN 77. FOTOS DE PERFIL. ....	70

ILUSTRACIÓN 78. PLANTILLAS.....	71
ILUSTRACIÓN 79. PLANTILLAS.....	72
ILUSTRACIÓN 80. PLANTILLAS.....	73
ILUSTRACIÓN 81. MANUAL LÍNEA GRÁFICA.....	73
ILUSTRACIÓN 82. EDICIÓN VIDEO EXPLICATIVO DEL MANUAL.....	74
ILUSTRACIÓN 83. CAMPAÑA ENFERMEDAD RENAL CRÓNICA.....	75
ILUSTRACIÓN 84. ELABORACIÓN CAMPAÑA ENFERMEDAD RENAL CRÓNICA.....	75
ILUSTRACIÓN 85. PLANTILLAS.....	76
ILUSTRACIÓN 86. EJEMPLOS PLANTILLAS COMUNICADOS.....	77
ILUSTRACIÓN 87. EJEMPLOS PLANTILLAS FOTOGRAFÍAS.....	77
ILUSTRACIÓN 88. MONTAJE PLANTILLA.....	78
ILUSTRACIÓN 89. ELABORACIÓN FIRMA DE CORREO.....	78
ILUSTRACIÓN 90. MONTAJE FIRMA DE CORREO.....	79
ILUSTRACIÓN 91. ELABORACIÓN MANUAL USO DE LÍNEA GRÁFICA.....	80
ILUSTRACIÓN 92. PDF MANUAL DE LÍNEA GRÁFICA.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 1 [12 OCT- 18 OCT].....	60
TABLA 2. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 2 [19 OCT- 25 OCT].....	60
TABLA 3. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 3 [26 OCT- 01 NOV] .....	60
TABLA 4. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 4 [ 02 NOV- 08 NOV] .....	61
TABLA 6. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 6 [ 16 NOV- 22 NOV] .....	61
TABLA 7. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 7 [ 23 NOV- 29 NOV] .....	62
TABLA 8. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 8 [ 30 NOV- 06 DIC] .....	62
TABLA 9. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 9 [ 07 DIC- 13 DIC] .....	62
TABLA 10. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 10 [ 14 DIC- 20 DIC] .....	63
TABLA 11. COTIZACIÓN 1 .....	82
TABLA 12. COTIZACIÓN 2 .....	82
TABLA 13. PROMEDIO DE COSTOS Y PRECIOS .....	83

## GLOSARIO

**ADOBE ILUSTRADOR.** Es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como mesa de trabajo y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración.

**ADOBE PHOTOSHOP.** Es un editor de fotografías, es utilizado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos.

**ARPANET.** Red de ordenadores que recopilaba las mejores ideas de los equipos del Massachusetts Institute of Technology [MIT], el National Physics Laboratory [UK] y la Rand Corporation.

**ARRITMIA.** Latidos anormales del corazón.

**EXARCERBACIÓN.** Agravación o intensificación de los síntomas de una enfermedad.

**HIPERGLUCEMIA.** Aumento del azúcar en la sangre.

**HIPOGLUCEMIA.** Concentración anormalmente baja de azúcar en la sangre.

**INSULINA.** Hormona que regula el azúcar en la sangre.

**LEAD.** Aquellos contactos que dejan su información por medio de landing pages a cambio de contenido de su interés.

**PRESIÓN DIASTÓLICA.** Es la presión mínima que se logra medir cuando el corazón descansa, es decir entre latidos.

**PRESIÓN SISTÓLICA.** Es la presión máxima que alcanza en el sístole, siendo esta cuando el corazón late.

**SIBILANCIA.** Sonido sibilante y chillón durante la respiración, que ocurre cuando el aire se desplaza a través de los onductos respiratorios estrechos en los pulmones.

**SINTOMATOLOGÍA.** Conjunto de los síntomas de una enfermedad.

**TABAQUISMO.** Intoxicación crónica roducidad por el consumo abusivo del tabaco.

**TORÁCICO.** Del toráx o relacionado con él.

**WECA.** [Wireless Ethernet Compatibility Alliance] Empresa creada en 1999 con el fin de fomentar la compatibilidad entre tecnologías bajo la norma 802.11 de IEEE.

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

**XILOGRAFÍA.** Técnica de grabar imágenes en una plancha de madera vaciando las partes que en la reproducción deben quedar en blanco.



## **I. INTRODUCCIÓN**

La creatividad es una de las capacidades más especiales que un ser humano puede desarrollar. El poder imaginar, crear y visualizar las cosas de una manera distinta hace que el mundo se transforme y se vuelva mágico y divertido. Como lo dice Albert Einstein la creatividad es la inteligencia divirtiéndose. Siendo diseñadores gráficos el ser creativo se vuelve parte del día a día y es por ello que es necesario tener el reto de cultivarla mediante la inspiración y la confianza en si mismo.

Durante el trayecto de la carrera los estudiantes atraviesan por procesos de aprendizaje y estimulación de esta misma, preparándose con conocimientos y destrezas. Siendo estas, propias de ayudar a sobresalir a los alumnos al momento de realizar su proyecto de graduación en la que se pone en práctica la materia del diseño gráfico en colaboración con organizaciones o empresas que tienen alguna necesidad de comunicación gráfica.

A continuación se expondrá el trabajo realizado para la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula, dentro del proyecto de graduación como pasante de Diseño Gráfico de UNITEC.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El capítulo de Planteamiento de Problema apunta a definir los antecedentes, la definición del problema y la justificación de este mismo.

### 1.1 ANTECEDENTES

La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula cuenta con una página en la red social Facebook donde se muestra activa, subiendo contenido, como ser fotografías, semanalmente sobre las campañas de vacunación o prevención sobre ciertas enfermedades.



**Ilustración 1. Página de Facebook Región**

Fuente: Región Metro SPS [2020]

Durante la pandemia por Covid-19 la organización no publicó contenido propio. Los posts realizados fueron de otras organizaciones afines como la Secretaría de salud de Honduras, la Organización Panamericana de Salud o contenido de colaboraciones entre varias organizaciones como por ejemplo La Universidad Autónoma de Honduras y la Cámara de Comercio de Cortés.

Las campañas que actualmente se están empleando son de vacunaciones realizadas por el gobierno, comunicados importantes de donde se están realizando los triages de covid-19, artes y videos sobre síntomas y fotografías de brigadas que ellos llevan a cabo.



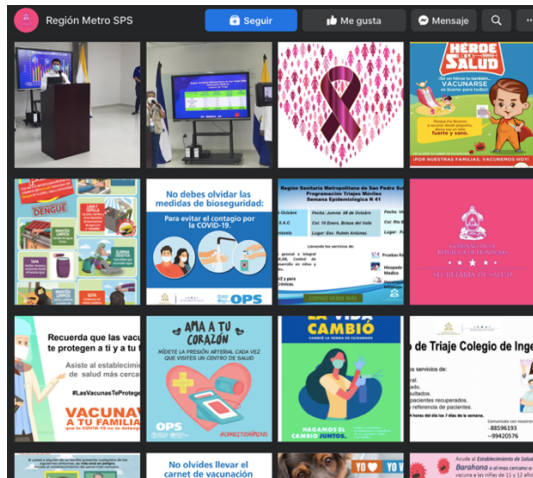
**Ilustración 2. Contenido Región Metro**

Fuente: Región Metro SPS 2020

## 1.2 ENUNCIADO / DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

- FALTA DE COHERENCIA Y UNIFORMIDAD EN EL CONTENIDO DE SUS REDES SOCIALES

La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula carece de una línea gráfica y lineamientos específicos para sus publicaciones, haciendo que sus redes se vean poco armónicas y desordenadas. Aunque siempre están activos publicando, lo hacen con artes de otras instituciones o colaboraciones entre otras. Esto también causa que la organización no tenga una imagen profesional, auténtica o que proyecte confianza.



**Ilustración 3. Posteos realizados por Región Metro SPS**

Fuente: Región Metro SPS [2020]

- INEXISTENCIA DE CAMPAÑAS SOBRE LA PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DE LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS

La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula no presenta ningún tipo de campañas para la prevención y concientización de las enfermedades crónicas. En su mayoría las publicaciones solo son para dar a conocer las brigadas de vacunación que el gobierno proporciona en los distintos lugares del país. La organización emplea bastante el uso de fotografías para mostrar el trabajo realizado para la comunidad y de esta forma proyectarse socialmente.



**Ilustración 4. Brigadas de Región Metro SPS**

Fuente: Región Metro SPS [2020]

- POCA VISIBILIDAD DE LA MARCA DE LA ORGANIZACIÓN

La Región Sanitaria Metropolitana no muestra visibilidad de su marca en las redes sociales, no usa su logo propio, solamente del logo de la secretaría de salud y del gobierno; lo que hace que la presencia de la organización sea mínima, si no es que nula. El hecho que la organización tenga muy poca presencia también hace que el mercado objetivo no se comunique ni informe como la organización desea. A causa de esto la institución no es conocida ni muestra de que manera se está proyectando socialmente en base a las situaciones actuales del país.



**Ilustración 4. Foto Perfil Región Metro SPS.**

Fuente: Región Metro SPS [2020]

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Dado que la organización no utiliza de una manera provechosa las redes sociales se realizará una línea gráfica para que la organización comience a tener su propia identidad visual y esta será empleada para la creación de las diversas campañas informativas sobre enfermedades crónicas. Esto servirá a transmitir uniformidad y profesionalismo en el contenido que la organización publique en sus redes.

Se trabajará en reforzar la presencia de la marca en su página, para que la organización comience a ser reconocida y ayudarla a que tenga mayor visibilidad por sus proyectos de ayuda a la comunidad y por sus campañas de concientización.

Asimismo se comunicarán datos relevantes que ayuden a la población a crear conciencia y que combatan la desinformación que actualmente existe en Honduras sobre las enfermedades crónicas y sus consecuencias, logrando con esto que las personas cuiden su salud y que las estadísticas de personas con este tipo de padecimientos bajen.

Se trabajará en conjunto con la organización para darles a conocer la importancia de mantener una imagen profesional y activa en las redes sociales, haciendo conciencia y que de esta manera empiecen a utilizar su línea gráfica para ser reconocidos y así lograr más tráfico en su página y que la organización sea más conocida.

## **II. OBJETIVOS**

### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Lograr que la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula se muestre profesional y activa, a largo plazo, en las redes sociales; mediante la creación de campañas informativas con una línea gráfica uniforme.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Crear campañas informativas en redes sociales, dando a conocer datos relevantes sobre enfermedades crónicas durante diez semanas.
- Promover el cuidado de la salud en la población Hondureña, a lo largo de diez semanas, por medio de piezas gráficas difundidas a través de las redes sociales de la organización.
- Brindar apoyo para crear uniformidad y coherencia mediante una línea gráfica en las redes sociales y de esta forma reforzar, a largo plazo, el profesionalismo y credibilidad de la organización.

### **III. MARCO TEÓRICO**

#### **4.1 ENFERMEDADES**

La Real Academia Española define la palabra enfermedad “como una alteración más o menos grave de la salud, siendo esta física, moral o espiritual” [Asociación de Academias de La Lengua Española, 2020]. Estos padecimientos están clasificados en diversas ramas según sea su origen y los problemas de salud que ocasionen; pudiendo ser estos padecimientos las que atacan el bienestar físico de los seres humanos, enfermedades infecciosas, no transmisibles agudas o crónicas, poco comunes o mortales. [Ministerio de Salud de Chile, 2015].

Los trastornos de la salud actualmente están representados como uno de los más grandes desafíos y problemas del siglo XXI para el desarrollo de las comunidades [Organización Mundial de La Salud, 2014]. Estos son los causantes de la muerte de alrededor de 38 millones de la población mundial registradas hasta el 2012, en las que los malos hábitos alimenticios y el uso nocivo de sustancias o productos son los principales responsables de estas muertes.

#### **4.1.2 ENFERMEDADES AGUDAS**

Son todas aquellas que tienen una duración corta de tiempo. Aunque muchas veces el inicio de estas puede parecer un poco severo pero su tiempo de evolución es bastante rápido por lo que la resolución llega bastante pronto.

Estas son fácilmente de diagnosticar, hasta incluso puede ser que no sea necesario un diagnóstico. Se limitan a tomar un área específica del cuerpo haciendo que los síntomas sean muy leves.

Dentro de las dolencias agudas que son las más frecuentes se encuentran la bronquitis aguda, la conjuntivitis, fracturas de hueso, apendicitis, gastroenteritis, urticaria aguda, crisis de asma leves, quemaduras, infarto agudo del miocardio, encefalomielitis aguda diseminada, leucemia linfoblástica aguda.



### 4.1.3 ENFERMEDADES CRÓNICAS

Estas son aquellas de larga duración y progresión generalmente alta. [OPIMEC, 2019]. Tal como lo dice la palabra crónico proveniente del término griego chronos, que significa tiempo, hace referencia a la larga duración [TeensHealth, 2020].

Estos padecimientos están generalmente representados como los más comunes y los causantes principales de muertes e incapacidades en el mundo; esto debido a que esta categoría de trastornos de la salud son incurables pero pueden ser sometidos a tratamientos y controles para poder estabilizarlos o manejarlos y de esta forma cualquier persona que sea un posible paciente o uno ya activo, tenga un estilo de vida normal.

Según la iniciativa en Manejo de Enfermedades Crónicas de British Columbia, Canadá. "El manejo de estas dolencias [CDM] son una aproximación sistemática a la mejora del cuidado en salud para las personas que padecen de estas enfermedades.

El desarrollo de estas alteraciones variaría según el estilo de vida de la persona, sus factores genéticos y sus cuidados. Estas personas están más vulnerables a tener recaídas de sus propios problemas de bienestar físico y están expuestas a contraer más de una enfermedad crónica si su cuidado no es el indicado.

Estas son generalmente asociadas con personas cuyas edades son avanzadas, pero actualmente se ha visto un incremento de casos en personas relativamente jóvenes. Tienden a atacar a las personas que tienen factores de riesgos similares, siendo estas, personas que llevan un estilo de vida poco saludable y sedentarios. Estas personas tienden a mostrar ciertos puntos en común como ser la inactividad física, dietas poco sanas, consumo excesivo de bebidas alcohólicas o exposición al humo del tabaco.

Todos estos males varían uno con otro y esto también implica que sus síntomas, evolución y tratamiento será diferente de una persona a otra. Dentro de estas se encuentra una división de cuatro tipos principales de enfermedades, las cuales son: cardiovasculares, tales como accidentes cerebrovasculares, miocardio o infartos; el cáncer, Respiratorias crónicas, tales como la pulmonar obstructiva crónica y el asma y por último la diabetes. En la actualidad la obesidad también se sumó a esta categoría.

#### 4.1.4 TIPOS DE ENFERMEDADES CRÓNICAS

##### HIPERTENSIÓN

La hipertensión, también conocida como tensión arterial alta o elevada, es un trastorno en el que los vasos sanguíneos tienen una tensión persistentemente alta, lo que puede dañarlos. [Organización Mundial de la Salud, 2020]. El corazón trabaja bombeando sangre a los vasos y estos se encargan de llevarla a todo el cuerpo a través de las arterias, por lo que la tensión se forma en la fuerza que realiza la sangre contra las paredes de las arterias al momento de ser transportadas. El corazón se esfuerza cuando la tensión es más alta.

Esta consta de dos valores, siendo estos la tensión sistólica, que es cuando el corazón late y diastólica, cuando el corazón se relaja. Las mediciones en rango normales son de 120 mm Hg1 sobre 80 mm Hg. Se empieza a considerar alta cuando los niveles suben 140 mm Hg sobre 90 mm Hg en adelante.



**Ilustración 5. Medidor de Presión.**

Fuente: Medicina Salud Pública [2020]

En muchas ocasiones esta se presenta sin ningún síntoma, es por eso que también es conocida como el asesino silencioso. Cuando si presenta sintomatología, podrían aparecer dolores de cabeza, dificultad respiratoria, vértigo, dolor torácico, arritmia y hasta hemorragias nasales.

Padecer de hipertensión tiene muchas consecuencias para la salud, ya que hay probabilidades más altas de un infarto de miocardio, accidentes cerebrovasculares o insuficiencia renal. Las

personas con este padecimiento también tienen la posibilidad de adquirir diferentes enfermedades como diabetes, hipercolesterolemia o insuficiencia renal.

La mejor forma de prevenir este trastorno de salud es llevando una vida activa, ejercitándose, alimentándose con una dieta saludable, evitando el consumo de tabaco y alcohol.

Esta enfermedad afecta a toda la población mundial, haciéndose presente en países de primer mundo en cifras un poco reducidas gracias a los tratamientos y medicamentos de bajo costo que pueden ser adquiridos por las personas que pueden llegar a padecer; también en países de ingresos bajos siendo cifras bastante elevadas, ya que tanto la educación, prevención y medicación no es tan buena haciendo que las personas no tengan conciencia de esto.

## DIABETES

La diabetes es una enfermedad crónica que aparece cuando el páncreas no produce insulina suficiente o cuando el organismo no utiliza eficazmente la insulina que produce. El efecto de la diabetes no controlada es la hiperglucemia, que con el tiempo daña gravemente muchos órganos y sistemas, especialmente los nervios y los vasos sanguíneos. [Organización Mundial de Salud, 2020].

Existen varios tipos de diabetes estando categorizados por niveles, siendo 1, 2 y la gestacional.

La categoría 1 es una reacción autoinmunitaria, que el mismo cuerpo se agrede a si mismo haciendo que no se produzca la suficiente insulina. El tratamiento más común para este tipo es recibir diariamente insulina.

La categoría 2 es cuando el cuerpo aunque produzca la insulina no la utiliza como debería y no mantiene los niveles de azúcar en la sangre como normalmente una persona sin este problema la tiene. La mayoría de las personas llegan a padecer de este tipo por no tener una buena alimentación, por no practicar ninguna actividad física o por sobrepeso.



**Ilustración 6. Insulina.**

Fuente: Medicina Salud Pública [2020]

La última es la gestacional, esta únicamente se da en mujeres que están embarazadas, poniendo en riesgo la vida del bebé. Esta dura hasta que el bebé nace aunque siempre hay probabilidades que se les desarrolle esta enfermedad al momento de que crezcan y/o que la madre vuelva a padecer de diabetes pero en categoría dos.

Los síntomas muchas veces no se presentan en todas las personas, pero en caso de presentarse son necesidad de orinar muy frecuentemente, pérdida de peso, cansancio, piel seca, llagas en la piel, infecciones de cualquier tipo, visión borrosa, entumecimiento de las extremidades. Muchas veces también el vómito, náuseas o dolor de estómago pueden formar parte de esta larga lista.

Es bastante importante que las personas con antecedentes de este padecimiento en su familia, se realicen chequeos para saber si los promedios de azúcar están en niveles normales, siendo valores estándares de A1C inferiores a 5.7% y valores altos de 6.5%.



**Ilustración 7. Glucometro**

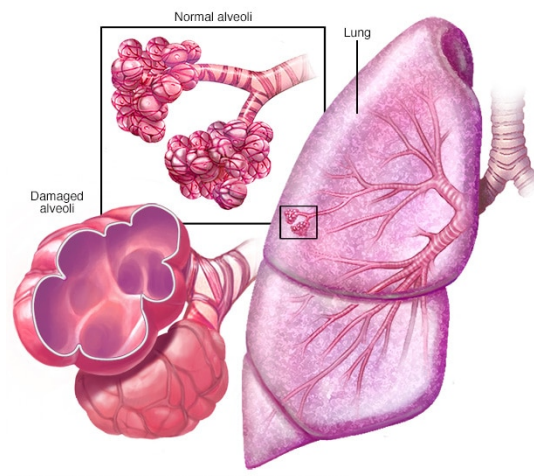
Fuente: Soy Vida [2020]

Las personas padecientes pueden tener graves repercusiones como infartos o accidentes cerebrovasculares. Riesgo de úlceras en extremidades, infecciones y si alguna de estas llegase a descuidarse hasta amputación, insuficiencia renal, ceguera y neuropatía de los pies.

#### ENFERMEDAD PUMONAR OBSTRUCTIVA CRÓNICA

Es un padecimiento inflamatorio crónico que causa la obstrucción del flujo de aire de los pulmones [Mayo Clinic, 2020]. Las personas que padecen pueden presentar síntomas hasta que se produce un daño pulmonar significativo o dependen de la cantidad de tiempo y el cuidado durante el desarrollo de esta. Existen dos principales causas de la obstrucción de las vías respiratorias que pueden ser enfisema y la bronquitis crónica.

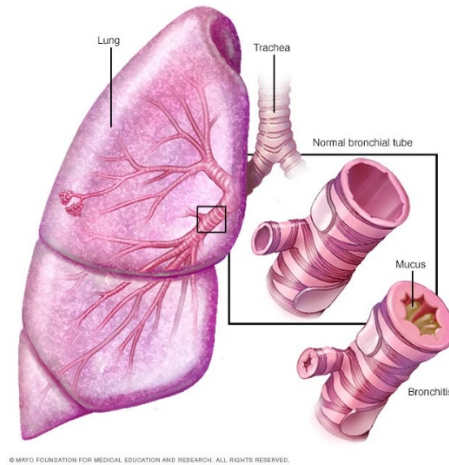
La enfisema es cuando se causa la destrucción de las frágiles paredes y fibras elásticas de los alvéolos. Estas vías respiratorias se colapsan al exhalar, afectando el flujo de aire que sale de los pulmones [Mayo Clinic, 2020].



**Ilustración 8. Enfisema.**

Fuente: Mayo Clinic [2020]

La bronquitis crónica es cuando los bronquios se inflaman y se estrechan y los pulmones producen más moco, haciendo que se puedan bloquear los tubos estrechados.



**Ilustración 9. Bronquitis.**

Fuente: Mayo Clinic [2020]

Los síntomas o signos principales pueden incluir, falta de aire generalmente durante actividad física, sibilancia, opresión en el pecho, tos crónica que podría tener musosidad de diferente color, infecciones respiratorias frecuentes, muy poca energía, perdida de peso involuntaria, hinchazon de pies, piernas o tobillos. También se podría llegar a experimentar ciertos episodios llamados exacerbaciones, que durante esos lapsos de tiempo los signos empeoran con relación a los habituales.

Este padecimiento puede presentarse principalmente por el tabaquismo, aunque sus causas pueden variar dependiendo de distintos factores en relación al país en que se encuentra el paciente o a que tipo de ambientes esta expuesto.



**Ilustración 9. Cigarrillos.**

Fuente: Sinc [2020]

También pueden padecer personas que están expuestas a gases en la quema de combustibles. Hay mayor riesgo cuando se está en exposición al humo, no necesariamente que sea la persona que fuma sino también las personas con las que un fumador convive. Personas con problemas inflamatorios ya existentes como ser personas con asma; la exposición a químicos, polvos y gases en la quema de combustible también aumentan las posibilidades que los pulmones se puedan irritar e inflamar. Asimismo, la genética forma parte de estos síntomas.



**Ilustración 10. Quema de Combustibles.**

Fuente: Cali Extra [2020]

Existe el peligro de que se desarrollen otros tipos de complicación al padecer de este trastorno, pueden haber infecciones respiratorias, ya que estas personas tienden a resfriarse, a tener gripe y neumonía de una forma bastante rápida; los problemas cardíacos también pueden presentarse al igual que el cáncer de pulmón. La presión arterial alta pueden combinarse con esta enfermedad creando una hipertensión pulmonar volviéndose aun más complicada.

Este padecimiento tiene una causa bastante clara y una vía de prevención bastante simple, ya que los principales casos de esta están relacionados con el consumo de cigarrillos y la mejor forma de evitar es dejar el uso de este o solamente no empezar a fumar. En caso de fumar es importante que estas personas traten de abandonar el hábito disminuyendo su consumo. En caso de estar relacionado directamente con gases o polvos químicos es importante que se utilice equipos de protección respiratorio para poder proteger los pulmones.

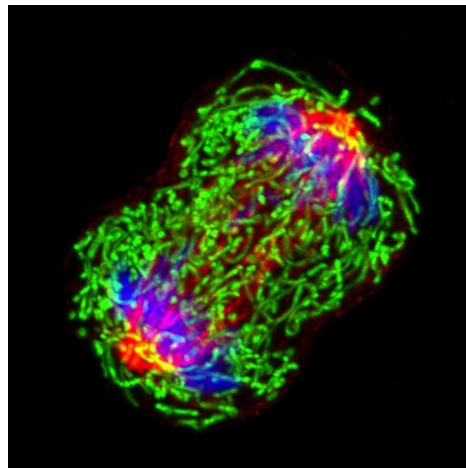


**Ilustración 11. Equipo de Protección Respiratoria.**

Fuente: Petroquimex [2020]

## CÁNCER

Es el nombre que se le da a un conjunto de enfermedades relacionadas, en donde algunas de las células del cuerpo comienzan a dividirse sin detenerse y se diseminan a los tejidos del derredor [Instituto Nacional del Cancer, 2020].



**Ilustración 12. Célula Cáncer Seno.**

Fuente: Instituto Nacional de Cáncer [2020]



Esta enfermedad puede aparecer en cualquier parte del cuerpo humano ya que se origina por el crecimiento de células. La vida de las células humanas es el crecimiento y seguidamente su división. A medida que éstas envejecen y se dañan, estas mueren y otras nuevas las reemplazan. Sin embargo, con el cancer, el proceso natural del crecimiento de estas se descontrola; estas unidades comienzan a volverse anormales, las viejas dañadas o viejas no mueren y se reproducen nuevas celular que no son necesarias para el organismo, es de allí que nacen los tumores, cuando se forman masas de células. La mayoría de cánceres hacen crecer abultamientos sólidos a excepción de otros tipos que no forman como ser el cáncer de sangre o leucemias. Otro factor que puede afectar y agravar la enfermedad es que al momento de crecer los nódulos, algunas de esas células pueden desprenderse y transportarse a través del sistema linfático o circulatorio a diferentes lugares del cuerpo y seguir formando más bultos malignos.

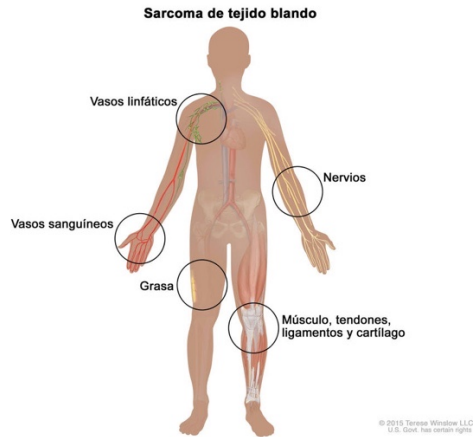


**Ilustración 13. Tumor.**

Fuente: Medicina Preventiva Santa Fe [2020]

El cáncer es causado por varios cambios relacionados con los genes y las unidades físicas básicas de la herencia, haciendo que sea una enfermedad genética pero también que puede ser resultado de daño en el ADN o exposiciones al ambiente.

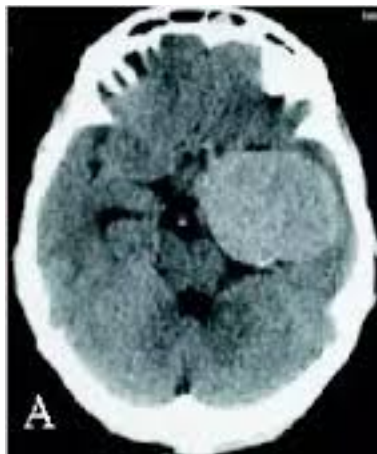
Existen muchos tipos de cáncer, muchos de ellos se apodan por el mismo órgano en donde pueden llegar aparecer. Estos tipos pueden aparecer de forma muy peculiar y repetitiva en las personas ya que comienzan en células específicas. Algunos tipos pueden ser: carcinoma, formados en celular epiteliales, es decir en todas las que pueden llegar a cubrir las superficies internas y externas del cuerpo. El sarcoma se forman en el hueso y tejidos blandos, hasta en los músculos.



**Ilustración 14. Sarcoma de tejido Blando.**

Fuente: Instituto Nacional de Cáncer [2015]

La leucemia que comienzan en la sangre, no forman tumores sólidos sino un numeroso glóbulo blanco anormales acumulándose en la sangre y médula ósea. El linfoma que se forma en los linfocitos, acumulándose en los ganglios linfáticos. El melanoma, estas afectan las células especializadas en el pigmento que da color en la pie. Los tumores de cerebro y de la médula espinal también forman parte de los tipos.



**Ilustración 15. Tumor Cerebral.**

Fuente: Quora [2017]

Es muy importante que personas con antecedentes en su familia con este padecimiento mantengan un chequeo constante y se realicen pruebas de detección para poder detectar cualquier anomalía en tiempos tempranos y poder rescatar cualquier parte del cuerpo en donde

se este presentando. El cuidado de consumo de alimentos también puede ayudar a prevenir ciertos tipos de cancer.

## ESCLEROSIS MÚLTIPLE

Es una enfermedad degenerativa y crónica del sistema nervioso, de origen autoinmune, que afecta el cerebro y la médula espinal [Fundación GAEM, 2020]. Esta se desarrolla en personas de 20 a 40 años. El sistema inmune ataca a la mielina, que es la que envuelve las fibras nerviosas y esta se va deteriorando.

Los síntomas de este padecimiento son muy variados, depende de donde estará ubicado, la extensión, gravedad y molestia que exista y es por ello que es llamada la enfermedad de las mil caras. El dolor y fatiga son generalmente síntomas y aunque se desconoce la causa de la enfermedad se dice que la genética y los factores ambientales son los principales causantes de esta.

Para poder hacer un diagnóstico real de esta enfermedad se puede hacer una evaluación RM del cerebro y columna, donde se revelan placas y se pueden observar en ella las inflamaciones en partes del cerebro o médula espinal. Y la evaluación del líquido cefalorraquídeo, se ven las muestras de LCR y se puede mostrar anormalidad y así determinar infecciones y condiciones con síntomas similares.

Existen ciertos tratamientos que pueden modificar el avance de la enfermedad y de esta manera aliviar cualquier síntoma. Las terapias también forma parte de estos para poder reducir la severidad de los cambios según sea el grado en la enfermedad. Las terapias inyectables, orales, fisioterapias también son empleadas como tratamiento.



**Ilustración 16. Sarcoma de tejido Blando.**

Fuente: Quora [2017]

Para los ataques severos y los grados avanzados de Esclerosis hay muchos medicamentos experimentales que podrían funcionar dependiendo del organismo de la persona, que tan avanzada esta su enfermedad y si tiene otro tipo de tratamiento.

#### HIPERTIROIDISMO

Se refiere a cualquier condición en la cual existe demasiada hormona tiroidea en el organismo, es decir, la glándula tiroides está hiper-activa [American Thyroid Association, 2020].

Esta hormona controla el metabolismo en los procesos del cuerpo humano, al momento de haber más hormona tiroidea de la necesaria, existe un descontrol logrando que el cuerpo se acelere. Algunos de los síntomas debido a la aceleración del organismo, pueden ser el nerviosismo, irritabilidad, sudoración, palpitaciones, debilidad muscular, cabello fino, temblo de manos, ansiedad, cabello fino, perdida de peso y apetito, flujo menstrual más ligero. Esta enfermedad comienza lentamente y podría confundir con nervios o estrés los síntomas presentados.

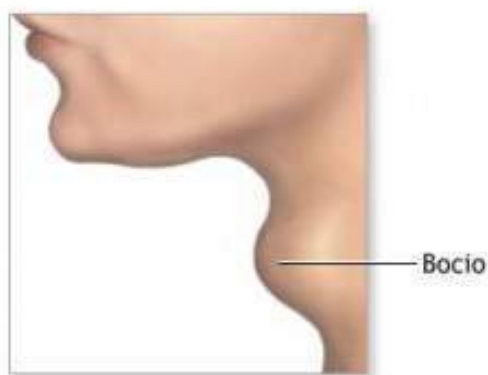


**Ilustración 17. Glándula Tiroides.**

Fuente: Nación Farma [2020]

Como ya se había mencionado la causa más frecuente es que la glándula se encuentra más activa de lo que normalmente está y esto es gracias a los anticuerpos en la sangre que estimulan a la glándula tiroides para crecer y crear más hormona. Muchas veces esto trae más consecuencias como ser los bultos en la tiroides conocidos como bocio tóxico nodular o multinodular.

El sistema inmune tiene mucho que ver en cuando a la producción excesiva de la hormona y podría ser por sea cuasado también por ingesta de tabletas con carga excesiva.

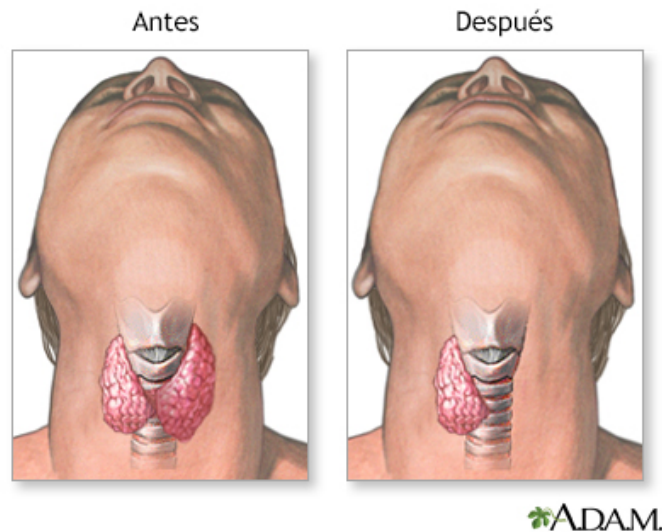


**Ilustración 18. Bocio.**

Fuente: Ecured [2020]

No existe ningún tratamiento específico para tratar esta enfermedad y los tratamientos experimentales dependerán de la edad del paciente, el tipo de hipertiroidismo y otras condiciones médicas que puedan afectar la salud.

En la actualidad se utilizan las drogas anti tiroideas son las que pueden controlar la glándula. El yodo radioactivo también es utilizado por medio de la corriente sanguínea. La cirugía puede curar de forma permanente el hipertiroidismo ya que se retira casi completamente la glándula.



**Ilustración 19. Cirugía Tiroides.**

Fuente: Amita Health [2020]

## 4.2 PUBLICIDAD

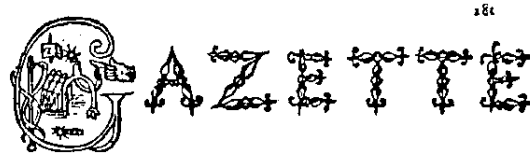
La publicidad según la Real Academia Española es el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o hechos de carácter comercial para atraer posibles compradores o usuarios. [Asociación de Academias de La Lengua Española, 2020].

En la historia del ser humano la publicidad siempre ha estado presente, debido a los tiempos antiguos y a las formas de comunicación, esta era vista de una perspectiva diferente pero con el mismo fin. En el mundo antiguo no existía la manera de presentar un rótulo, por lo que el grito y la voz era la única opción a utilizar para poder comercializar o anunciar lo que se quisiera. La historia de esta se remonta hacia el año 1630, introducida por el francés Theophraste Renaudot, hombre que colocó el primer anuncio en el periódico La Gazette.



**Ilustración 20. Theophraste Renaudot**

Fuente: Centro de Documentación Publicitaria [2020]

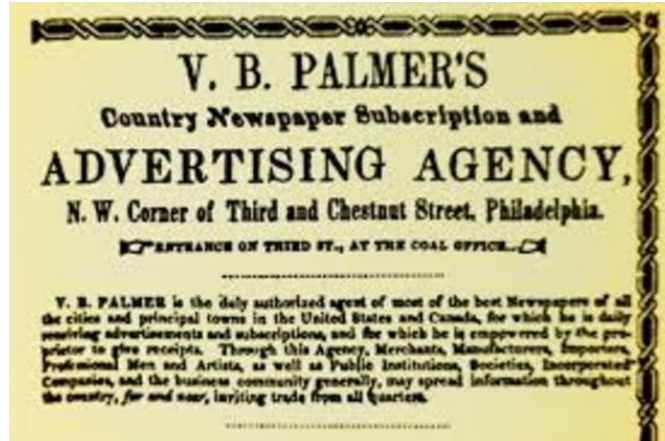


D'Aray  
deffe Breto  
treud jour  
16 Juillet  
1637.
 La peine qu'il y a de refoudre les difficultez qui se trouvent  
 es grandes entreprises fait differer deux mois, & l'opiniastreté du  
 vent d'aval deux autres mois plus tard que ie ne vous avoye dit l'é-  
 barquement pour la Compagnie de la nouvelle France. Mais en fin  
 le vaisseau équipé a la Rochelle en est venu joindre deux autres à  
 Morbihan que le Commandeur de Razilly ayant commission du  
 Roy pour commander en toute l'estendue du pays en l'ablence du  
 Cardinal Duc de Richelieu, y a fait cingler au commencement de  
 ce mois, chargez de toutes choses necessaires & de trois cens hom-  
 mes d'élite. Il porte le consentement du Roy de la Grand Bretagne  
 pour faire sortir les Ecossois du port Royal, & en prendre possession  
 au nom de la Compagnie, qui envoie trois Capucins pour la con-  
 version des peuples de L Acadie, outre cinq Iesuites qu'elle a desja  
 envoyer es autres habitatiōs du Cap Breton, Golfe & riviere S. Lau-  
 rens. L'embarquement de force noblesse y a rendu illustre ce com-  
 mencement de Colonie qui va faire ce passage si facile à tous les Frā-  
 çois zelateurs de leur Religion, de l'honneur de leur nation & de  
 leur repos, qu'il leur sera deormais aisé de secorder les faulx  
 intentions du Roy, que les grandes affaires de son Roysume n'em-  
 pechent pas de porter au delà des mers les pensées qu'il a de servir à  
 l'augmentation de la foy Catholique, par vne procedure bien elloi-  
 gnée de celle qui a esté pratiquée iusques à present en la descouverte  
 des Indes, où l'on s'est contenté de butiner & captiver les peuples.

**Ilustración 21. La Gazzette**

Fuente: Britannica [2020]

Hasta el año 1842 comienza la publicidad moderna, gracias al hombre llamado Volney B. Palmer que fundó la primer agencia de publicidad.



**Ilustración 22. Anuncio de la Primer Agencia de Publicidad**

Fuente: Centro de Documentación Publicitaria [2020]

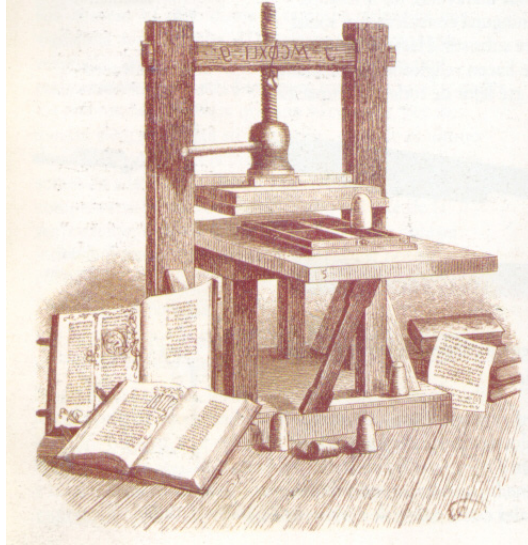
#### 4.2.1 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

La revolución Industrial se trata de uno de los hechos históricos más importantes, ocurrido durante la segunda mitad del XVIII y los principios del XIX. Este suceso de suma importancia debido a que fue durante este tiempo que se experimentarón cambios que fueron trascendentales para la sociedad, trayendo tanto ventajas como desventajas. Fue durante este lapso que se desarrollaron a gran escala los medios de comunicación y la época dorada de la publicidad.

La revolución Industrial produjo transformaciones en la economía, ya que de estar dependiendo de la agricultura y las artesanías, pasa a depender de la industria y todos los procesos que esta traería consigo. Todos los cambios que trajo esta época consigo fueron tecnológicos, culturales y socioeconomicos

Uno de los hechos que marcó y fue de suma ayuda para el punto de vista comunicativo y sus ramas, fue aparición de la primera imprenta inventada por Johannes Gutenberg.





**Ilustración 23. Primer imprenta por J. Gutenberg**

Fuente: Centro de Documentación Publicitaria [2020]

#### 4.2.2 IMPRENTA DE JOHANNES GUTENBERG

El origen de este sistema ideado por Johannes Gutenberg provino del querer perfeccionar la xilografía, que era utilizada en ese momento para los procesos de impresión. Uno de los principales factores que quería mejorar Gutenberg era el tiempo, ya que los procesos utilizados eran tardados por ser realizados a mano.

La imprenta moderna fue la principal razón por la que la difusión de manuscritos y copias de estos llegarán a manos de las personas. Esta vino a repercutir de forma positiva en diferentes ámbitos siendo estos culturales, ya que comenzó a utilizarse para difundir conocimientos entre la sociedad; social porque el conocer y poder enterarse dio paso a que los estratos de la sociedad se ampliarán en determinado momento; tecnológica porque los sistemas de impresión se empezaron a desarrollar y a mejorar y por último, económico porque fue la primer forma de producir en serie, acelerando los distintos procesos que existían en ese momento. El método de impresión de este artefacto era gracias a un sistema de copiado sencillo, en el que mediante las piezas de metal que tenían grabadas cada una de las letras del abecedario en una tipografía específica que estaba en

relieve. Estas letras en relieve eran llamados tipos y estaban compuestos de plomo, que eran fundidos a altas temperaturas en un horno, luego se pulían.



**Ilustración 24. Tipos de plomo colocados.**

Fuente: Aries [2020]

Seguidamente el encargado introdució los tipos en las cajas de madera formando las filas y columnas según estuviese previsto. Con el texto ya colocado se entintaba y luego se impregnaba con hollín y aceite haciendo presión en el papel, logrando con esto que la composición se calcara y así dejara calcar.



**Ilustración 25. Entintado Imprenta Gutenberg.**

Fuente: Maupinianos [2020]

La imprenta vino a dar un gran valor a la revolución cultural, facilitando el acceso a copias primeramente a los más privilegiados, ya que eran procesos que monetariamente altos pero después de un tiempo y hasta el día de hoy abrió paso a que todas las personas puedan tener acceso.



**Ilustración 26. Biblia de Gutenberg, primer libro impreso con tipos móviles.**

Fuente: Centro de Documentación Publicitaria [2020]

#### 4.2.3 MEDIOS

La publicidad también trajo consigo los medios impresos, la radio, el cine y la televisión haciendo crecer gracias a todos estos la industria de la comunicación. A principios del siglo después del invento de la imprenta, la publicidad se daba en pocos medios siendo algunos de ellos, la publicidad boca a boca, los periódicos, punto de venta y publicidad exterior.

#### RADIO

Sus antecedentes vienen desde el siglo XIX, gracias a la primera aparición de la pila voltaica, la cual fue inventada por Alessandro Volta.



**Ilustración 27. Pila de Volta.**

Fuente: Cultura Científica [2020]

Gracias a esta fue que se empezaron a construir los primeros telégrafos con la influencia del código morse gracias al ingenio de Samuel Morse. Este facilito las comunicaciones a través de impulsos eléctricos, utilizando solamente líneas, puntos y espacios entre ellos para poder formar palabras, números o símbolos y de esta manera mandar mensajes.



**Ilustración 28. Primer Telégrafo.**

Fuente: Ecured (2020)

C ó d i g o		M o r s e		I n t e r n a c i o n a l			
A	•■	N	■•	1	•■ ■■ ■■ ■■	periodo	• ■■ ■■ ■■ ■■
B	■ ■■ •••	O	■ ■■ ■■	2	• ■■ ■■ ■■ ■■	coma	■ ■■ ■■ ■■ ■■ ■■
C	■ ■■ • ■■ •	P	■ ■■ ■■ •	3	• • ■■ ■■ ■■	dos puntos	■ ■■ ■■ ■■ •••
D	■ ■■ ••	Q	■ ■■ ■■ ■■	4	• • • ■■ ■■	pregunta	• • ■■ ■■ ■■ ■■
E	• ■■	R	■ ■■ • •	5	• • • • •	apóstrofe	• ■■ ■■ ■■ ■■ ■■
F	• • ■■ •	S	• • • ■■	6	■ ■■ • • •	guión	■ ■■ ■■ ■■ ■■ ■■
G	■ ■■ ■■ •	T	■ ■■ ■■	7	■ ■■ ■■ • • •	fracción	■ ■■ ■■ ■■ ■■
H	• • • ■■	U	• • ■■ ■■	8	■ ■■ ■■ ■■ •	parentesis	■ ■■ ■■ ■■ ■■ ■■
I	• • ■■	V	• • • ■■ ■■	9	■ ■■ ■■ ■■ ■■ •	comillas	• • ■■ ■■ ■■ ■■
J	• ■■ ■■ ■■	W	■ ■■ ■■ ■■	0	■ ■■ ■■ ■■ ■■ ■■		
K	■ ■■ • ■■	X	■ ■■ ■■ ■■ ■■				
L	• ■■ ■■ ••	Y	■ ■■ ■■ ■■ ■■				
M	■ ■■ ■■ ■■	Z	■ ■■ ■■ ■■ •				

**Ilustración 29. Alfabeto Morse.**

Fuente: Ecured (2020)

Después de estudios y la influencia de varias corrientes e inventos realizados se empezó a descubrir como podría transmitirse la voz humana por medio de cables y ondas electromagnéticas. Es mediante estos análisis que comienza el nacimiento de aparatos radiofónicos y por todos los conocimientos del italiano Guglielmo Marconi que se logra dar la primer transmisión por radio, el 14 de mayo de 1879.



**Ilustración 30. Guglielmo Marconi.**

Fuente: Ecured [2020]

En América latina la primer transmisión se dio unos años más tardes, el 27 de agosto de 1920, gracias al doctor argentino Enrique Susini, que transmitió el primer programa transmitido al público en todo el continente. Un año después se comenzaron a utilizar las transmisiones radiófonicas en México, abriendo paso a las emisoras y estaciones de radio. Actualmente la radio aunque ha dejado de estar entre los medios de comunicación más populares pero sigue siendo de los utilizados por grandes masas , ya que este tienen la gran ventaja de que al utilizarlo puedes

realizar diversas actividades y la mayor parte de las poblaciones tiene acceso a ella, siendo ahora dispositivos más portables.

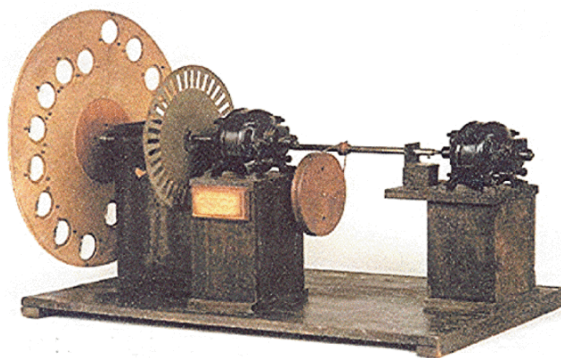


**Ilustración 31. Radio Portatil.**

Fuente: El País [2020]

## TELEVISIÓN

Los antecedentes de esta vienen gracias a la fotografía y el cine, ya que fueron mediante estos que durante el siglo XIX se comenzaron a ver las primeras imágenes en movimiento creando seguidamente lo que sería unas largas series de fotografías en movimientos dando paso al cine. La historia de la televisión comienza con el invento del disco en 1884, siendo un disco metálico y una luz, donde se podían observar, sobre láminas imágenes en movimientos.



**Ilustración 32. Discos de Nipkow.**

Fuente: Sutori [2020]



Seguidamente el escocés John Logie Baird logró continuar con la influencia de los discos de Nipkow, usando un disco como receptor y otro como transmisor, creando la primer experiencia televisiva en 1925.



**Ilustración 33. Televisor de Jonh Logie.**

Fuente: Ok diario [2020]

La televisión siguió avanzando hasta el punto de llegar a ser comercializable, siendo en el año 1926 que se presento el dispositivo mecánico.



**Ilustración 34. Primer televisor comercial.**

Fuente: Hasting Museum & Art Gallery [2020]

La primer transmisión regular televisiva se realizo por el mismo creador de la televisión comercial, siendo en 1927 cuando la BBC saco las primeras emisiones de programación aunque no se hacían en horarios regulares. En 1931 salio la primer emisora de televisión, en Alemania y fue esta la que

dio paso a las emisiones regulares en distintos países pero la calidad de las imagen usada era solamente de 60 líneas y en blanco y negro.

La televisión también tuvo su época dorada siendo a mediados del siglo XX, cuando ya había alcanzado su difusión en el mundo entero y las emisiones ya eran regulares. Esta era tuvo gran alcance porque fue durante este mismo período que la TV llegó a América Latina y comenzaron a nacer los grandes consorcios privados televisivos.

El otro gran paso de esta fue la adaptación e inserción de los colores, siendo el mexicano Guillermo Gonzáles que creo un sistema tricromático secuencial pero este no fue suficiente por lo que siguió el sistema secuencia de campo por Peter Goldmark en 1948. Siendo hasta el año 1970 que finalmente el televisor a color se completó.



**Ilustración 35. Televisión a color.**

Fuente: Nrp ORG [2020]

Este medio vino a reemplazar en gran medida a la radio, ya que llamaba más la atención y servía más para entretenimiento. Este también se convirtió en uno de los medios con más alcance y fue resultado que los medios de comunicación tuvieran una carga de responsabilidad y poder para llegar a transmitir de una manera bastante íntima en los hogares.



Es gracias a la televisión que comienza a verse más la investigación de medios ya que las audiencias pasan a ser parte fundamental, generando ganancias y haciendo que la publicidad, las agencias y marcas en general encontraran la forma de volverse masivas. Las campañas publicitarias por medio de la televisión empezaron a tener gran impacto logrando objetivos de alcance y frecuencia alrededor del mundo. Claro ejemplo en la historia con las campañas que tuvieron gran audiencia y hoy en día lo siguen teniendo son las de Coca Cola.



**Ilustración 36. Publicidad Televisiva Coca Cola.**  
Fuente: El Mundo [2020]

Actualmente la televisión se ha desarrollado a gran escala, agregando a su funcionamiento la tecnología espacial con los satélites. Hoy, estos son los que facilitan la distribución, agilidad, velocidad y efectividad a lo largo de áreas completamente amplias geográficamente hablando.



**Ilustración 36. Operador Televisión Satelital.**  
Fuente: Latam Satelites [2020]

## INTERNET

Este es una herramienta de emisión mundial, un mecanismo para diseminar información y un medio para la colaboración y la interacción entre personas y sus ordenadores, sin importar su ubicación geográfica [Internet Society, 2020]. Este gran invento es el revolucionario de la informática y las comunicaciones; este marco un principio y un final de era que revoluciono el mundo.

El origen del internet data por las necesidades de comunicar ordenadores luego empezar desde las primeras interacciones sociales de una serie de memorandos en 1962. Después de estudios y el desarrollo de varios conceptos de redes informáticas nace ARPANET, red de ordenadores que reunía las mejores ideas sobre NPL, RC y MIT.

En 1969 se instaló el primer IMP y se conectó el host. Seguidamente en 1980 Tim Berners-Lee, da un gran avance al introducir el lenguaje HTML, direcciones URL y HTTP; logrando en 1991 publicar la primer página web, la que contenía información y anécdotas sobre el surgimiento de los sitios web. Este personaje es también considerado el creador del World Wide Web.

---

### World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project, [Mailing lists](#) , [Policy](#) , November's [W3 news](#) , [Frequently Asked Questions](#) .

[What's out there?](#)

Pointers to the world's online information, [subjects](#) , [W3 servers](#), etc.

[Help](#)

on the browser you are using

[Software Products](#)

A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#) ,X11 [Viola](#) ,[NeXTStep](#) , [Servers](#) , [Tools](#) ,[Mail robot](#) , [Library](#) )

[Technical](#)

Details of protocols, formats, program internals etc

[Bibliography](#)

Paper documentation on W3 and references.

[People](#)

A list of some people involved in the project.

[History](#)

A summary of the history of the project.

[How can I help ?](#)

If you would like to support the web..

[Getting code](#)

Getting the code by [anonymous FTP](#) , etc.

### Ilustración 37. Primer Página Web.

Fuente: Deutschland.de [2020]

En 1993 el gobierno de Estados Unidos dio un gran paso permitiendo la integración de las redes en las empresas privadas, convirtiendo la web en dominio público. Seguido de este gran evento aparece el primer motor de búsqueda, dejando a los usuarios poder hacer cualquier tipo de búsqueda por medio de palabras en la web.



**Ilustración 38. Primer Página**

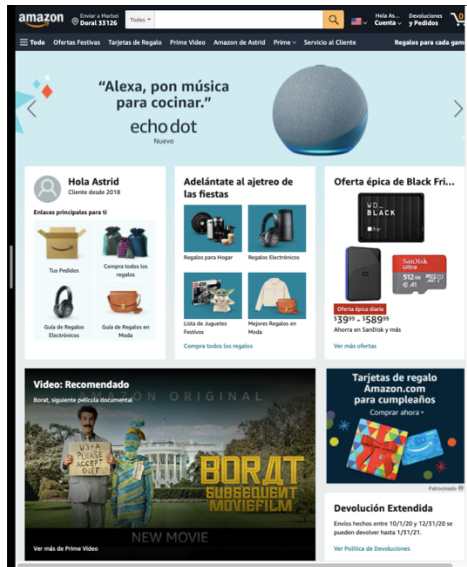
Fuente: Deutschland.de [2020]

El uso de esta gran red dio paso al comercio electrónico haciendo que se ignoraran las primeras tiendas en línea y es así como nacen grandes marcas de ecommerce como son Amazon e eBay. Para los años 2000 y 2003 las ventas y la publicidad online aumentaron su auge online. Desde 1996 se experimentaron grandes sucesos como parte de estas redes, ya que se dieron la creación de google y las redes sociales.



**Ilustración 39. Primer Diseño de Interfaz Amazon.**

Fuente: Estrategía Magazine [2020]



**Ilustración 40. Interfaz actual Amazon.**

Fuente: Amazon [2020]

Durante mucho tiempo el internet fue transmitido por la única vía de los cables de red, lo cual hacía más dificultoso el proceso de conexión. Debido a estos diversos problemas que presentaba el poder conectarse mediante cables, comienza aparecer la idea de poder crear conexiones inalámbricas por lo que comenzaron los estudios para poder lograrlo. Fue en 1985 que se logró liberar la banda ISM que dejaba transmitir datos inalámbricos sin necesidad de sacar una licencia. Seguidamente el astrónomo italiano descubrió un sistema nuevo de transmisión clave gracias al estudio de los agujeros negros. Fue en 1999 que comienza la historia del wifi donde por la creación de WECA, luego modificado su nombre ALIANZA WI-FI, aparece el término comercial WIFI garantizando la comunicación entre dispositivos sin importar modelos ni marcas.



**Ilustración 41. Logo WIFI.**

Fuente: Wifi ORG. [2020]

El funcionamiento del wifi se basa en la fusión de varias tecnologías, usando las mismas bases de transmisión de datos al igual que el Ethernet solamente que las conexiones de datos se sustituían por ondas de radio. Este funciona mediante un router que es el que manda la señal a los dispositivos receptores.

La comercialización del internet y el inicio del wifi, implicó el desarrollo de varios servicios de redes privados y competitivos, también la creación de productos comerciales para poder hacer mercado con la tecnología es por ello que hoy en día es tan importante en la vida diaria tanto personal como empresarial.

#### 4.2.4 REDES SOCIALES

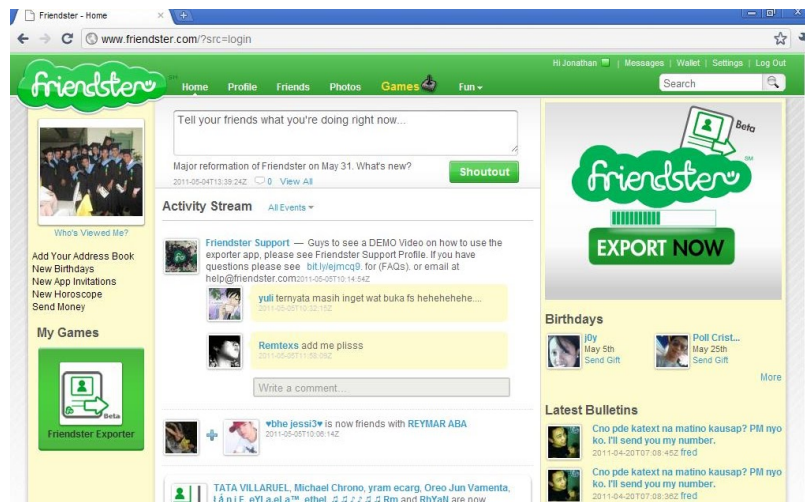
Son todas estas comunidades virtuales que actualmente están en todas partes, son la materia de difusión masiva que por su alcance tiene un impacto bastante fuerte en la sociedad. Estas actualmente son utilizadas por empresas e individuos en donde las interacciones y el dinamismo está presente en todo un proceso de comunicación.

Las redes sociales tienen una división en las cuales están las redes profesionales, las redes generalistas y las redes especializadas. Las redes profesionales contribuyen al networking, permiten desarrollar listas de contactos profesionales con los que se podría llegar a trabajar. Las redes generalistas son todas aquellas que están destinadas a compartir información del diario

vivir, como fotografías, música, vídeos etc, de las personas para socializar. Por último, las redes sociales especializadas son aquellas que determinan actividades, temas o material para reunir personas con gustos similares.

Durante los últimos años, a partir del 2002 empezaron a surgir las redes, con la intención de facilitar la comunicación y unión, compartir intereses y estilos de vida con amigos. Entre ellas se han formado distintas clasificaciones, tanto en ámbitos sociales como corporativos. Estas cumplen con un objetivo haciendo que la comunicación sea eficaz y fluida en grupos de interés logrando que tanto las personas naturales como las empresas puedan proyectarse y posicionarse.

Es en 2002 que se lanza el primer portal para poder conectar amigos, siendo este el Friendster. Este sitio alcanzo los tres millones de usuarios en un lapso de tiempo bastante rápido, esto ya que las personas no tenían una red similar que fuese relativamente accesible para poder comunicarse de una manera tan sencilla con personas reales.



**Ilustración 42. Interfaz Friendstore.**

Fuente: Estrategía Magazine [2020]

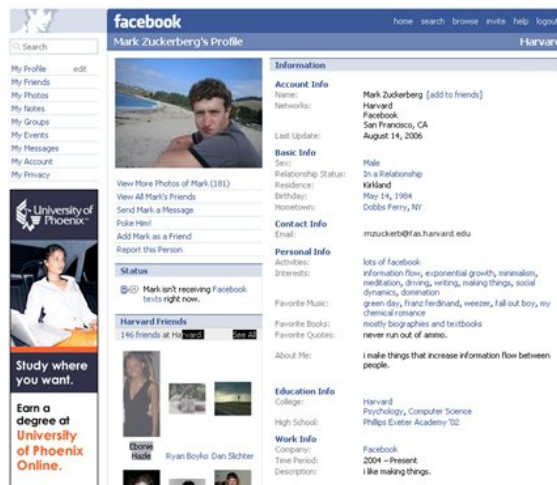
Al próximo año se apertura la otra web llamada MySpace, siendo muy parecida a Friendster y criticada por ser una copia de ella; la única diferencia que este se iba relacionando más con lo empresarial.



**Ilustración 43. Interfaz MySpace.**

Fuente: Genbeta [2010]

En 2004 se da la aparición de la red que evoluciono el mundo virtual de la comunicación y el marketing actual. Facebook fue creada por un joven estudiante que pensó en crear un método más efectivo de cómo poder comunicarse y conectar con estudiantes de su misma universidad, pero luego cambio la dirección y ahora es la red más importante que alcanzo los 2.500 millones de usuarios activos mensualmente. Esta fue la red que tuvo mayor alcance.

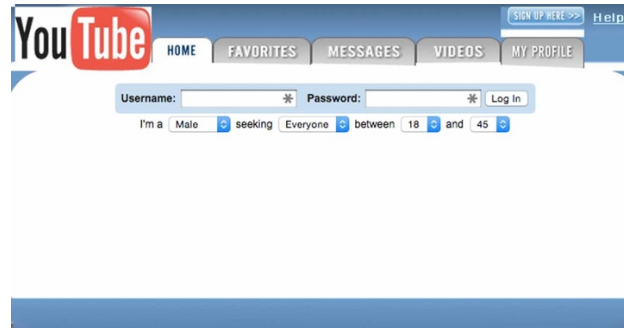


**Ilustración 44. Interfaz Facebook.**

Fuente: Genbeta [2010]

Un año más tarde sigue la revolución y una nueva forma de comunicar contenido diferente llega con Youtube. Esta logro que las personas pudiesen subir videos de todo tipo en la plataforma

logrando que actualmente hayan 2 millones de usuarios activos. Esta sirve para muchos fines, educativos, sociales, informativos y otros.



**Ilustración 45. Interfaz Youtube.**

Fuente: Genbeta [2010]

Seguidamente Twitter vino a revolucionar la manera en que generalmente se comunicaban las personas con sus amigos, ya que este permite compartir mensajes cortos de solamente 140 caracteres y las personas se adaptaron y sintieron bastante cómodas para compartir sus pensamientos diarios en los tweets.



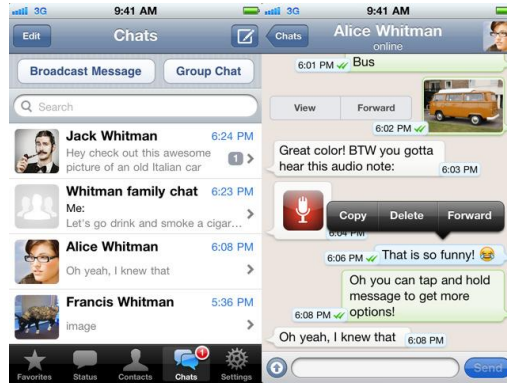
**Ilustración 46. Perfil Twitter.**

Fuente: Mac Stories [2010]

Las redes de mensajería instantánea tampoco podían quedarse atrás y fue en 2009 que aparece WhatsApp, haciendo referencia a una agenda inteligente. Esta permite de una manera bastante



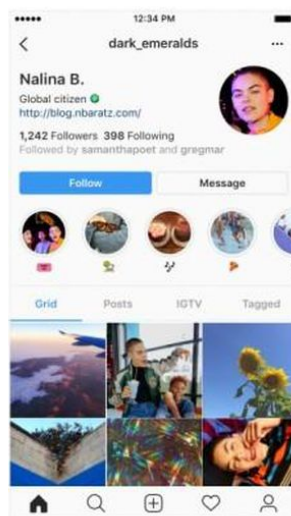
rápida que los mensajes lleguen a un destinatario y poder tener una respuesta inmediata logrando una comunicación efectiva.



**Ilustración 47. Interfaz WhatsApp.**

Fuente: [2020]

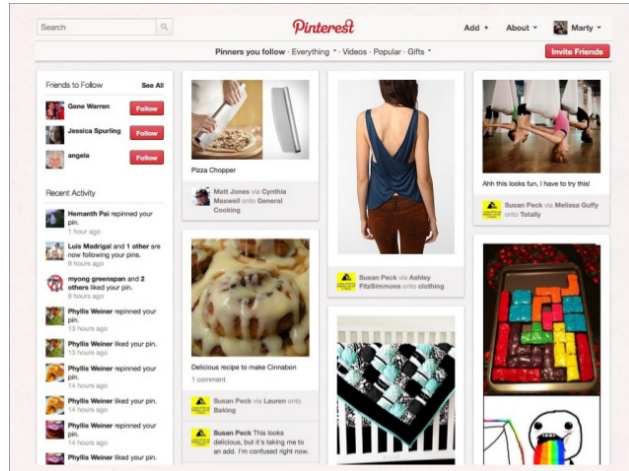
Las fotografías también tuvieron su propia red social cuando se abrió Instagram. Esta red presenta las fotos en un cuadrado haciendo referencia y conmemoración a la Kodak Instamatic y a las cámaras Polaroid. Actualmente es una de las más utilizadas. Esta fue la que popularizó el uso de los hashtags, que son empleados para que el usuario descubra fotografía mediante palabras clave sobre un mismo tema. Instagram está enfocada en una generación más joven que el mercado de Facebook y actualmente tiene alrededor de mil millones de usuarios activos.



**Ilustración 48. Interfaz Instagram.**

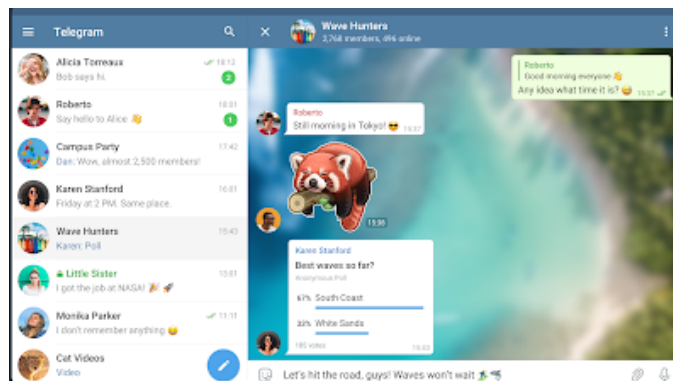
Fuente: [2020]

Las redes a partir del 2010 comenzaron a multiplicarse según diferentes funcionalidades y destinadas a diferentes mercados. Un claro ejemplo es Pinterest, red social que genera contenido de diferentes ideas como colección de imágenes. Actualmente las aplicaciones de estas, han mejorado y actualizado según las necesidades de sus usuarios, han aparecido muchas más como telegram que es una versión similar a Whatsapp con muchas mejoras.



**Ilustración 49. Inicio Pinterest.**

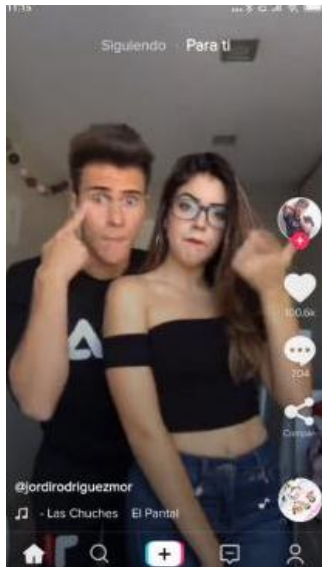
Fuente: Signos MKT [2020]



**Ilustración 50. Telegram.**

Fuente: Signos MKT [2020]

La música no se quedo atrás y encontro una manera diferente de entrar al mercado de adolescentes con Vine, TikTok y Snapchat. Estas fueron creadas para que pudiesen crear contenido con música de poca duración.



**Ilustración 51. Interfaz Tik Tok.**

Fuente: El Output [2020]

#### 4.2.5 FACEBOOK

Esta red social nació en 2004 y fue realizada por Mark Zuckerberg, un estudiante de Harvard que ideó una aplicación cuyo fin era que los estudiantes de esta universidad pudiesen tener un lugar donde poder convivir socialmente.



**Ilustración 52. Mark Zuckerberg.**

Fuente: El Output [2020]

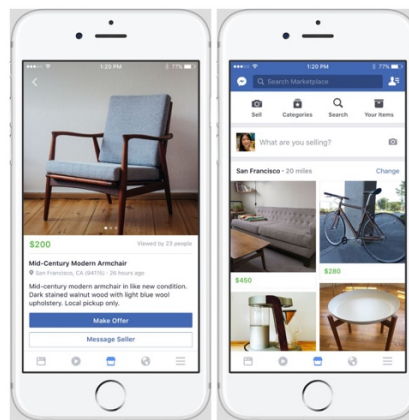
El éxito de esta red social comenzó desde el primer mes de funcionamiento, este tenía en un mes más de la mitad de los estudiantes de Harvard y tuvo alcance en otras universidades, como ser la Boston College, Boston University, MIT y otras prestigiosas universidades de los Estados Unidos. Un año más tarde alcanzo 11 millones de usuarios ya que la aplicación se introdujo a distintas escuelas del país y del extranjero. Esta recibió el apoyo financiero de varias empresas que ayudaron a impulsar el crecimiento de ella.

Para 2007 esta logro vender un pequeño porcentaje de sus acciones a Microsoft creyendo que facebook se convertiría en un modelo de negocio para poder realizar compras y ventas de servicios y productos. La red decidió abrir a todos los usuarios de internet ya que las peticiones eran por miles de usuarios, esta se estableció en diversos países.

En 2008 logra tener 100 millones de usuarios y cada vez incrementaban sus estadísticas, haciendo que subir su rentabilidad al punto de comprar instragram y whatsapp.

El triunfo de facebook se desarrolló primero porque no fue un intento de red social sino que creo una red social virtual para estudiantes haciéndola popular por su estrategia de segmentación. Esta también logró que los usuarios se sintieran cómodos logrando que ellos tuvieran privacidad al momento de compartir su información lo que hizo.

Actualmente facebook cuenta con una gran cantidad de herramientas que facilitan la comunicación y se ha transformado también en una herramienta de ventas. Las diferentes opciones como ser el market place ayuda a que las personas utilicen la red para poder realizar ventas. Asimismo el dinamismo sigue estando presente con herramientas como facebook live.



**Ilustración 53. Market Place Facebook.**

Fuente: Cnet [2020]



**Ilustración 54. Facebook Live.**

Fuente: Cnet [2020]

#### 4.2.5.2 TIPOS DE PUBLICIDAD EN FACEBOOK

Dentro de esta red social existen varias formas de presentar la publicidad, la cual es utilizada para alcanzar ciertos objetivos como ser que una marca crezca, que se genere tráfico, ventas o conversiones por medio de su página. Dentro de estas publicidades se puede emplear: el anuncio publicitario con fotos, en este se pueden subir artes gráficos, colocar un título y permite tener un enlace y botón de acción dependiendo de cual es su objetivo. Este tipo de publicidad tiende a utilizarse bastante porque es puntual y con ella se logra un alcance orgánico en las páginas.



**Ilustración 55. Anuncio Foto.**

Fuente: Paletaxo facebook. [2020]

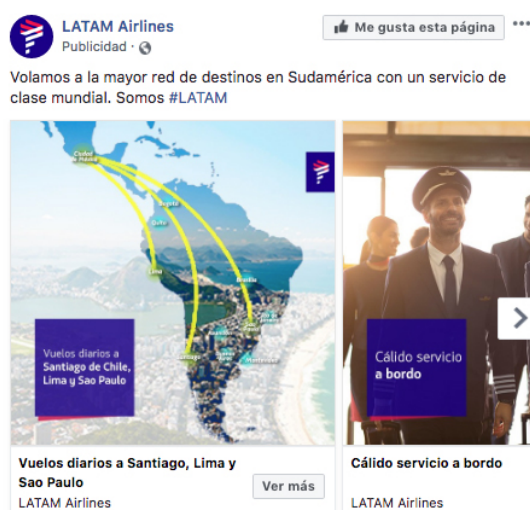
El otro a utilizarse es el anuncio publicitario en video, en esta categoría se puede reproducir material audiovisual de hasta 240 minutos.



**Ilustración 56. Anuncio Video.**

Fuente: Blog Hoot Suite. [2020]

El anuncio publicitario en carrusel permite subir hasta 10 fotos o videos cortos, creando su propio enlace aunque en una sola publicación. Este puede ser muy útil al momento de promover un catálogo de productos.



**Ilustración 57. Anuncio Carrusel.**

Fuente: Latam Airlines, Facebook. [2020]

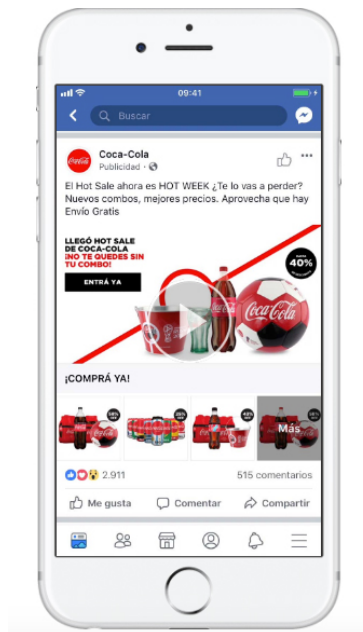
El anuncio publicitario en presentación de diapositivas permite crear un video rápido por medio de diapositivas. Tiene un formato dinámico y llamativo.



**Ilustración 58. Anuncio con Presentación,**

Fuente: Hootsuite., Facebook. [2020]

Existe también el anuncio publicitario en colección donde se pueden agregar precios y detalles sin necesidad de usar una página externa a facebook que direcciona a otro sitio.



**Ilustración 59. Anuncio en Colección.**

Fuente: Hootsuite. [2020]



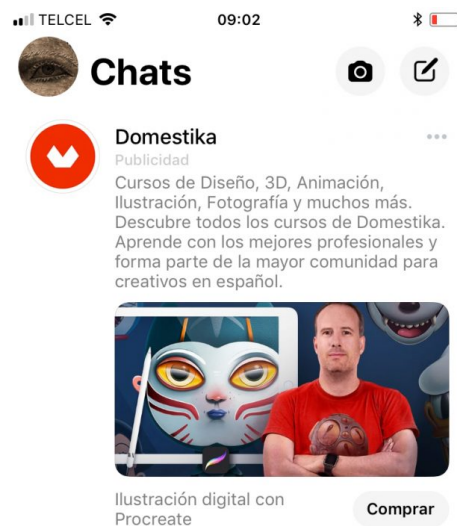
Encontramos el anuncio para prospectos comerciales o también llamado leads, en este se presentan los anuncios a personas que pueden llenar formularios y solamente para dispositivos móviles.



**Ilustración 60. Anuncio Leads.**

Fuente: Workplace, facebook. [2020]

Por último el anuncio publicitario en messenger que es presentado en el inicio de la mensajería de facebook, generalmente utilizado para llevar a un sitio web de las empresas.



**Ilustración 61. Anuncio Messenger.**

Fuente: Domestika, facebook. [2020]



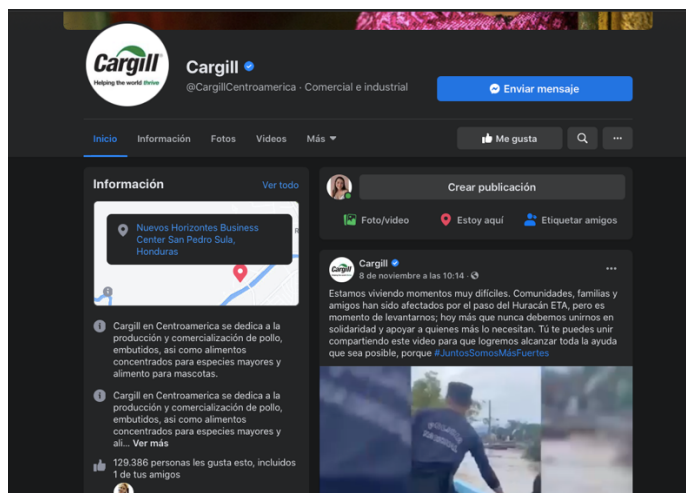
#### 4.2.6 IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES

La importancia de estas redes es indiscutible, como lo dice Guedes, F. [2012] las redes sociales surgieron para brindar a los seres humanos una opción que responda a la necesidad de compartir y crear lazos más fuertes entre unos y otros. Y es así por esto que las personas utilizan alrededor de 16 horas al día. Cada vez existen más redes sociales dirigidos a segmentos de mercados específicos y es por esto que las empresas han migrado del marketing tradicional al marketing digital.

Hay muchos beneficios de utilizar las redes para una empresa o institución, como ser: aumento de visibilidad de una marca, mejorar su imagen, aumento de tráfico web, comunicación directa de la empresa con el cliente, se puede estudiar el mercado en un tiempo más real.

#### REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA CORPORATIVA

El que una empresa cuente con perfiles en las principales redes sociales hace que su empresa empiece a tener credibilidad. Las publicaciones y el contenido real también tiene relación, ya que estas dan vida a la página del negocio y cuanto más publicaciones con datos reales y más uso de varias redes habrá más presencia de marca, haciendo a la empresa reconocida y atractiva ante los usuarios de la red. Estos canales de negocios son uno de los que actualmente están atrayendo más clientes a la cartera de las empresas. También se permite el contacto más estrecho clientes, dando lugar a la fidelidad.



**Ilustración 62. Perfil Cargil.**

Fuente: Cargil [2020]

Al ser esenciales en la vida diaria del ser humano, logran, según las categorías sociales y otros factores importantes, crear espacios de interacción social y es gracias a esta, que de las empresas o instituciones pueden generar contenido de interés. El hecho que estas plataformas tengan cantidades exorbitantes de usuarios, convierte a las empresas en focos para llamar su atención con esto. Como lo dice María Azua [2009] la verdadera revolución está teniendo lugar justo en este momento y son las redes sociales.

El saber utilizar las redes de una forma táctica y estratégica ayudará a obtener resultados positivos, ya que mostrando contenido llamativo y con información real, los clientes potenciales se sienten atraídos e interactúan con la página y de una u otra forma buscan los servicios o productos de una compañía. El utilizar las redes sociales de una forma empresarial, hará que las personas conozcan sobre la comunidad, lo que hacen, lo que venden y de una manera bastante fácil y accesible. Una de las mayores ventajas es que permiten analizar los comportamientos de sus consumidores, medir sus ventas según su contenido.



**Ilustración 63. Contenido Redes Pronto Cargo.**

Fuente: Pronto Cargo [2020]

#### 4.2.7 LÍNEAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES

Dentro de una estrategia de marketing digital es fundamental que la marca tenga una línea gráfica, ya que es esta que guiará según elementos visuales el reconocimiento de la empresa ante los clientes. La presencia visual, la personalidad y la forma de ser de la empresa debe ir amarrado a la línea. El estilo digital de una empresa debe tener coherencia con el estilo de la marca, proyectando y mostrando seriedad y credibilidad.



**Ilustración 64. Línea Gráfica Dagas.**

Fuente: Dagas [2020]

El poder mantener una línea y lograr que los clientes te reconozcan mediante elementos únicos que solamente tu empresa trabaja, logra que al momento de necesitar de tu servicio o producto seas la primer opción en que ellos piensen y adquieran tu producto. Para llegar se necesita realizar una planificación de negocio digital para poder saber cómo, cuando, donde y el rendimiento que el contenido subido puede viajar.



**Ilustración 65. Línea Gráfica Pepsi.**

Fuente: Pepsi, facebook. [2020]



**Ilustración 66. Línea Gráfica Denny's.**

Fuente: Denny's Honduras, facebook. [2020]

### **4.3 INVESTIGACIÓN CONTEXTUAL**

La Región Metropolitana N° 20 de San Pedro Sula, inició operaciones a finales del año 2004, siendo el Director Regional de Salud N° 3 el doctor Felipe A. Aguilera, cuando se hizo la departamentalización en el Año 2005; fue inaugurado oficialmente el 24 de junio del mismo año. Siendo el primer Director Regional el doctor Julio Cesar Rodríguez García, el cual obtuvo la plaza mediante un concurso y el P. M. Armando Sánchez siendo el primer administrador.

La organización es la encargada de proveer servicios básicos de salud a los ciudadanos de la región norte del país, ellos aseguran la calidad, eficiencia y equidad en el acceso de estos servicios, satisfaciendo las necesidades y demandas de la comunidad sin que la capacidad de pago sea un factor restrictivo.

Esta se preocupa por los problemas de importancia social que son determinantes para la calidad de la atención de la salud, logrando con esto el desarrollo de un ambiente humanizado y confortable. Como lo dice su visión: "Seremos una Región Sanitaria de Salud reconocida por nuestro compromiso y capacidad para promover, investigar, analizar las condiciones y determinantes de calidad de la atención en salud. Seremos capaces de dar respuestas oportunas y acordes a las necesidades de nuestros usuarios y externos, a los problemas de mayor importancia social y desarrollar un ambiente humanizado y confortable" [Región Metro SPS].

Dentro de los servicios que esta ofrece, destacan la atención médica y odontológica, vacunaciones, planificación familiar, atención al medio ambiente, vacunación de perros y gatos, consejerías, educación de diferentes temas.

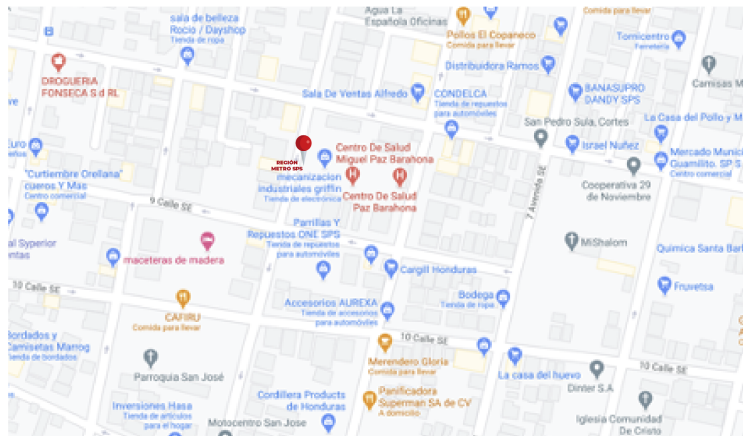
El departamento con el que el estudiante realizó su proyecto de graduación fue con la unidad de Comunicación Social, que está coordinado por la Licenciada Sari Erazo.

Este tiene como objetivo garantizar la oportuna y efectiva ejecución de procesos tendientes a facilitar la movilización y participación comunitaria para modificar estilos y calidad de vida de la población.

Esta unidad también es la encargada de difundir eficientemente la información relacionada con las políticas, planes, proyectos de la Región Sanitaria a todos los actores claves dentro del ámbito geográfico de su competencia en coordinación con la jefatura de la región sanitaria.

Asimismo apoya a la jefatura regional en la generación de consensos, organización de actores claves y en el fortalecimiento de la participación social, promoción de la salud con enfoque de los derechos y deberes de la ciudadanía en materia de salud.

La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula se encuentra ubicada en la ciudad de los Zorzales, departamento de Cortés en el Barrio Medina entre 8 y 9 calle, 5 y 6 avenida S. E donde antiguamente era el SERN [Servicio en Recuperación Nutricional].

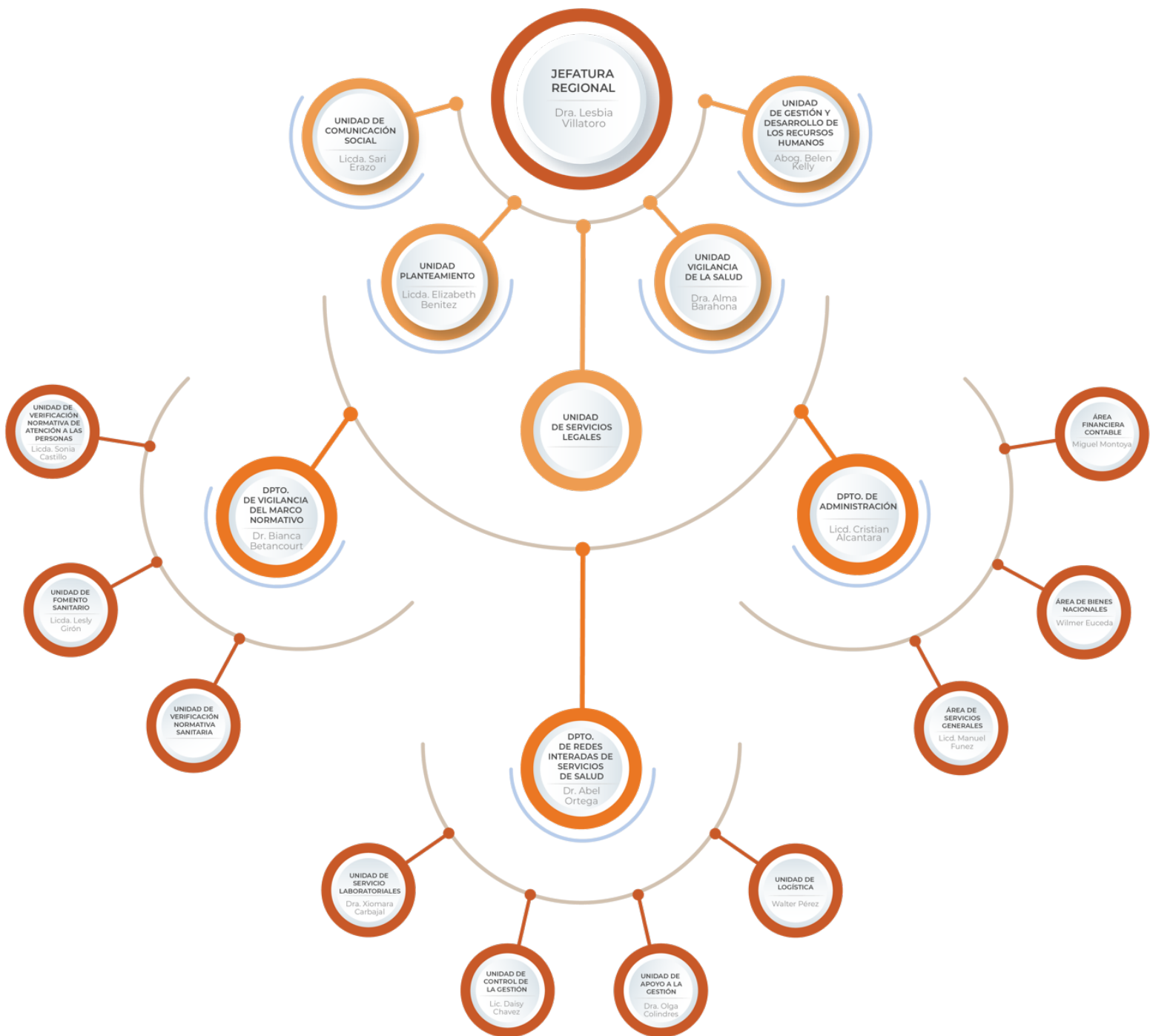


**Ilustración 67. Línea Gráfica Dennys.**

Fuente: Google Maps [2020]

Esta cuenta con 8 sectores en donde se encuentran divididos 16 ES. Los sectores están ubicados en:

- Sector 0: M.P.B.
- Sector 1: Las Palmas
- Sector 2: Chamelecón, San Antonio
- Sector 3: FESITRANH, Armenta
- Sector 4: Calpules, San José del Boquerón
- Sector 5: Cofradía, Brisas del Valle, Naco, Buenos Aires, Tómalá, Santa Martha
- Sector 6: Rivera Hernández
- Sector 7: El Carmen



**Ilustración 68. Organigrama Región Sanitaria Metropolitana de SPS.**

Fuente: Región Sanitaria Metropolitana de SPS [2020]

## **IV. METODOLOGÍA**

### **5.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS**

El uso de herramientas digitales es fundamental para poder llevar a cabo la realización de trabajos que resuelven problemas de comunicación gráfica-visual. Todos estos instrumentos utilizados para la creación del Proyecto de Graduación, siendo principalmente programas específicos de la Suite Adobe y la Suite de Microsoft Office, cuentan con un nivel de importancia alto para que el proceso de elaboración del informe y proyecto desarrollado para la Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula fuese eficaz y los resultados

Para la creación de las diversas campañas y contenido se utilizaron los siguientes programas:

- Adobe Photoshop
- Adobe Ilustrador
- Adobe Premiere

Para la recopilación de información, el desarrollo del informe y presentación final se considero emplear los siguiente programas.

- Google
- Facebook de REGIÓN METRO SPS
- Biblioteca Virtual del CRAI
- Suite Microsoft Office [Word y PowerPoint]



## **5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN**

Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, búsqueda y acceso a la información [UGR, 2020]. Actualmente el uso del internet facilita los flujos de información, haciendo de esta forma que los datos sean mucho más accesible.

La utilidad de estas puede ser en respuesta a la necesidad de información que tenga la persona, dentro de estas puede ser localizar datos relativos y relevantes a temas en específico. Existen tres niveles de fuentes siendo la primaria, que son aquellas que brindan información real; las secundarias son datos primarios pero un poco más condensada y por último las terciaras que son unicamente las guías que incluyen datos de las secundarias.

Para el desarrollo del informe de Proyecto de Graduación se utilizaron las primarias y secundarias. Dentro de las primarias encontramos el asesoramiento por parte de la Licenciada Sari Erazo, que brindo datos reales sobre la organización y de las enfermedades crónicas. Para la realización de las campañas se recopiló información de fuentes secundarias basándose en la ya obtenida por la licenciada.

### 5.3 CRONOLOGÍA DE TRABAJO

**TABLA 1. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 1 [12 OCT- 18 OCT]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
PRIMERA REUNIÓN CLIENTE DE PROYECTO	2 HRS 30 MIN	●				●		
INVESTIGACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	2 HRS 25 MIN		●	●	●			

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 2. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 2 [19 OCT- 25 OCT]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
SEGUNDA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO	30 MIN	●						
BUSQUEDA DE ASESOR	2 HRS		●					●
INVESTIGACIÓN DE ANTECEDENTES DE CAMPAÑAS SOBRE ENFERMEDADES	3 HRS 40 MIN				●	●		
TAREA 2.1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA HIPERTENSIÓN	5 HRS 30 MIN						●	●
TAREA 2.2 LLUVIA DE IDEAS PARA INICIO DE LÍNEA GRÁFICA	4 HRS							●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 3. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 3 [26 OCT- 01 NOV]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
TAREA 3.1 ELABORACIÓN DE PRIMER CAMPAÑA SOBRE HIPERTENSIÓN	12 HRS 40 MIN				●	●	●	●
TERCERA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO	40 MIN	●				●		
ASESORAMIENTO / REVISIÓN CAMPAÑA	2 HRS							●
CAMBIOS CAMPAÑA HIPERTENSIÓN	3 HRS							●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 4. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 4 [ 02 NOV- 08 NOV]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>TAREA 4.1 ENTREGA DE PRIMER CAMPAÑA</b>	1HR 20 MIN	●						
<b>CUARTA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	1 HR		●					
<b>TAREA 4.2 INVESTIGACIÓN DE SEGUNDA CAMPAÑA SOBRE DIABETES</b>	5 HRS 23 MIN			●		●	●	●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 5. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 5 [ 09 NOV- 15 NOV]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>QUINTA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	45 MIN	●						
<b>TAREA 5.1 CONTINUACIÓN RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE DIABETES</b>	3 HRS 20 MIN		●	●	●			
<b>TAREA 5.2 TRABAJO DE PORTADAS REDES SOCIALES</b>	2 HRS 35 MIN							●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 6. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 6 [ 16 NOV- 22 NOV]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>SEXTA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	1 HR 20 MIN						●	
<b>TAREA 6.1 COMIENZO ELABORACIÓN CAMPAÑA SOBRE DIABETES</b>	6 HRS 15 MIN		●	●	●			●
<b>TAREA 6.2 TRABAJO DE PLANTILLAS REDES SOCIALES</b>	1 HRS 30 MIN						●	●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 7. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 7 [ 23 NOV- 29 NOV]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>SÉPTIMA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	1 HR 20 MIN			●		●		
<b>TAREA 7.1 SEGUIMIENTO ELABORACIÓN CAMPAÑA SOBRE DIABETES</b>	5 HRS 50 MIN	●			●		●	●
<b>TAREA 7.2 DESARROLLO PROPUESTA MEJORA (FIRMAS DE CORREO)</b>	4 HRS 25 MIN		●		●		●	

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 8. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 8 [ 30 NOV- 06 DIC]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>OCTAVA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	1 HR 7 MIN		●					
<b>TAREA 8.1 ELABORACIÓN CAMPAÑA SOBRE DIABETES</b>	4 HRS 50 MIN	●			●			
<b>TAREA 8.2 SEGUIMIENTO ELABORACIÓN PORTADAS PARA FACEBOOK</b>	6 HRS 30 MIN		●			●	●	
<b>TAREA 8.3 INICIO DE DESARROLLO MANUAL DE USO DE LÍNEA GRÁFICA</b>	4 HRS 25 MIN							●

Fuente: [Astrid Hernández, 2020]

**TABLA 9. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 9 [07 DIC- 13 DIC]**

ACTIVIDAD	TIEMPO	L	M	M	J	V	S	D
<b>NOVENA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	1 HR 40 MIN	●						
<b>TAREA 9.1 DESARROLLO VIDEO MANUAL DE USO DE LÍNEA GRÁFICA</b>	6 HRS 45 MIN	●	●	●				
<b>TAREA 9.2 BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN ENFERMEDAD RENAL</b>	3 HRS 30 MIN				●	●	●	

**TABLA 10. CRONOLOGÍA DE AVANCES DE PROYECTOS SEMANA 10 ▯ 14 DIC- 20 DIC▯**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>V</b>	<b>S</b>	<b>D</b>
<b>DECIMA REUNIÓN LIC. SARI ERAZO</b>	40 MIN	●						
<b>TAREA 10.1 ORGANIZACIÓN DE INFORMACIÓN TERCERA CAMPAÑA</b>	2 HRS 50 MIN		●	●				
<b>TAREA 10.2 ELABORACIÓN CAMPAÑA SOBRE ENFERMEDAD RENAL</b>	10 HRS 30 MIN				●	●		

## **VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DESARROLLADO**

En este apartado, se mencionará a detalle cuales fueron los trabajos realizados semanalmente, durante las diez semanas del proyecto de graduación, para llevar a cabo el trabajo desarrollado para la Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula.

### **6.1 SEMANA 01**

En esta primer semana se lleva a cabo la primera reunión con el cliente, es en esta donde se conoce sobre la empresa a profundidad y que será el proyecto a realizarse.

El día 12 de octubre de 2020, el estudiante efectuó la primer reunión con la Licenciada Sari Erazo, encargada del área de Comunicación Social de la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula. Durante la reunión se presentó a profundidad el trabajo que tiene a cargo la organización en la comunidad y en que área específicamente necesitaban la ayuda de la estudiante.

De acuerdo a lo descrito por la licenciada, se identificaron ciertos problemas que se deberían resolver en el periodo de 10 semanas, siendo estos: la organización no cuenta con una línea gráfica propia en sus redes sociales; no existía ningún tipo de campaña de concientización sobre enfermedades y en sus redes sociales tienen poca presencia de la marca de la organización.

La licenciada también especifico que necesitaban campañas informativas particularmente sobre enfermedades crónicas y que la lista de estas iban a ser otorgadas por ella misma.

La estudiante designó un plan de trabajo para saber de que manera iba a poder llevar a cabo las diversas campañas a lo largo de las 10 semanas del periodo académico.

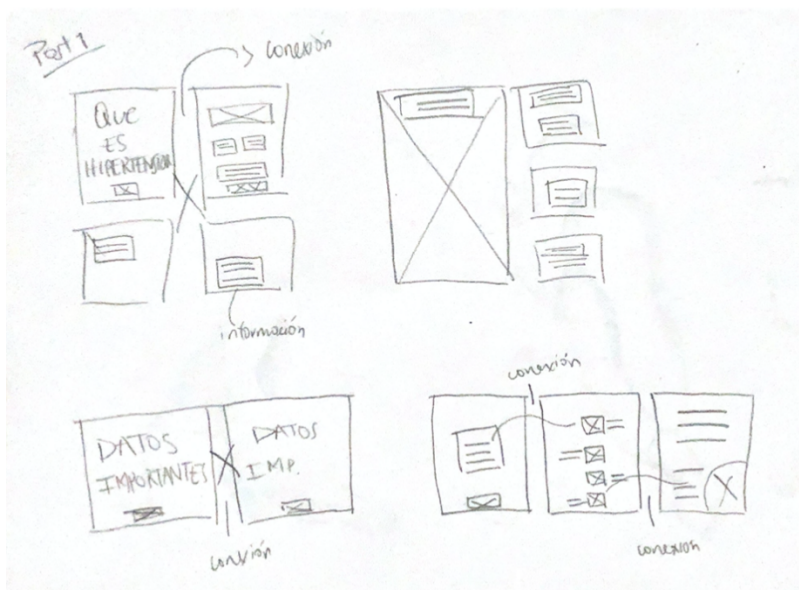
Del 13 al 15 el estudiante realizó una investigación a fondo sobre como la organización utilizaba sus redes sociales y las campañas que tenía en sus publicaciones.

El 16 el estudiante tuvo otra reunión con la Lic Sari, en donde ella le brindo información más detallada sobre cada una de las campañas a realizar.

## 6.2 SEMANA 02

En la segunda semana el estudiante estuvo reunida por un lapso corto con la Licenciada Sari en donde se platicó de los elementos obligatorios a utilizar en las campañas y también se solicitaron los mismos. Durante la semana también la estudiante realizó una búsqueda para poder encontrar asesor temático.

El 20 y 21 de octubre de 2020 la estudiante investigó sobre campañas previas realizadas por organizaciones internacionales y nacionales. El 22 y 23 de octubre comenzó la averiguación y recopilación de información sobre la primer enfermedad de la campaña, que era la hipertensión. El 24 de octubre se empezó la lluvia de ideas y los bocetos para armar la línea gráfica de la campaña.



**Ilustración 69. Bocetos Publicaciones.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

### 6.3 SEMANA 03

En la tercer semana la Licenciada Sari Erazo se reunió con el estudiante para dar la aprobación de la línea y el estudiante solicitó los logos nuevamente. Durante esta semana se trabajó desde el 28 de octubre hasta el 01 de noviembre de 2020 en la primer campaña de enfermedades crónicas. Se realizó la vectorización del logo de la organización, ya que ellos no contaban con la versión editable de su logo. También se vectorizó el logo de la secretaría de Salud.



**Ilustración 70. Logo de Región Metro Vectorizado.**

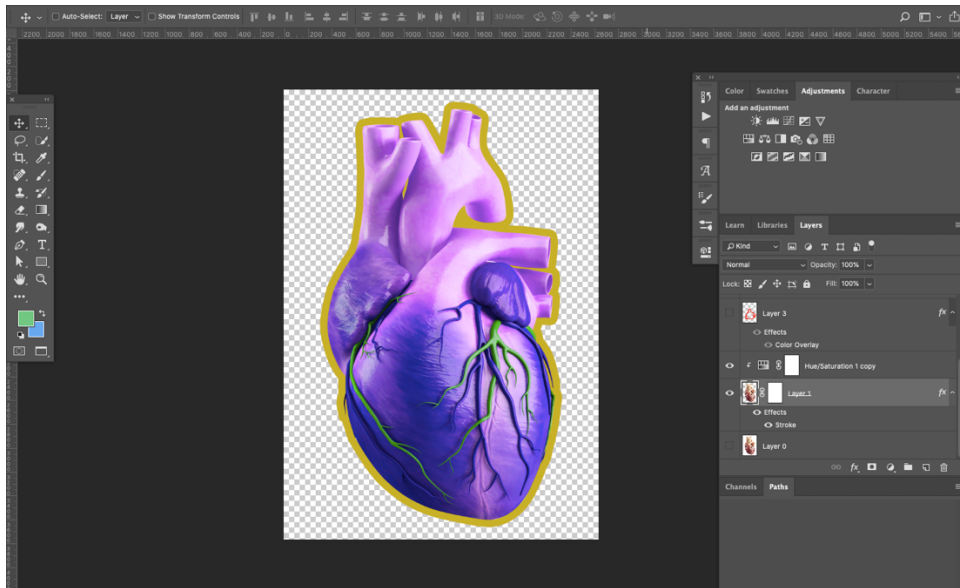
Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 71. Logo de Secretaria de Salud Vectorizado.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]





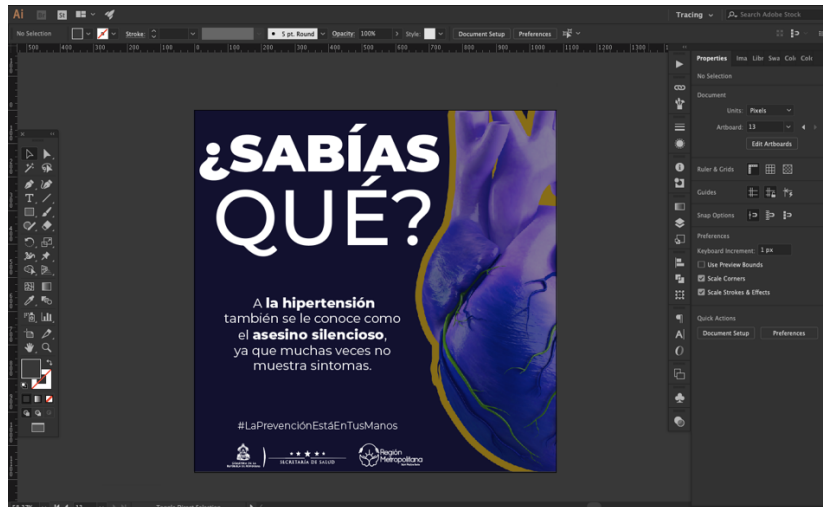
**Ilustración 72. Edición recursos para Campaña.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 73. Pieza Gráfica Síntomas para Campaña.**

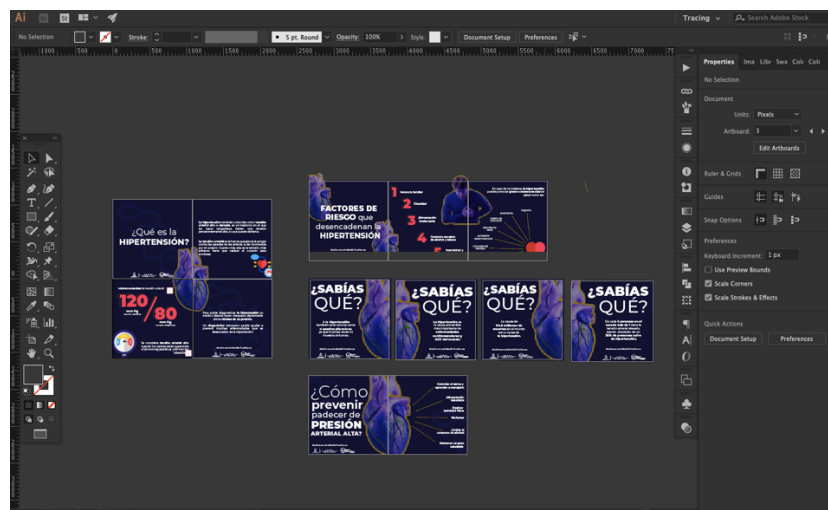
Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 74. Pieza Gráfica Datos para Campaña.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

El 01 de noviembre al tener la campaña de hipertensión el estudiante se reunió con su asesora la Licenciada Karen para mostrar la campaña y recibir retroalimentación. Ella dio sus puntos a mejorar en la campaña en los cuales mencionó que debía haber más importancia visual en la palabra hipertensión, que las fotografías se presentarán en formatos completos y que se hiciera una revisión final sobre las medidas de los artes. Luego de finalizada la reunión, el estudiante se dedicó hacer las correcciones para poder presentar la campaña nuevamente.



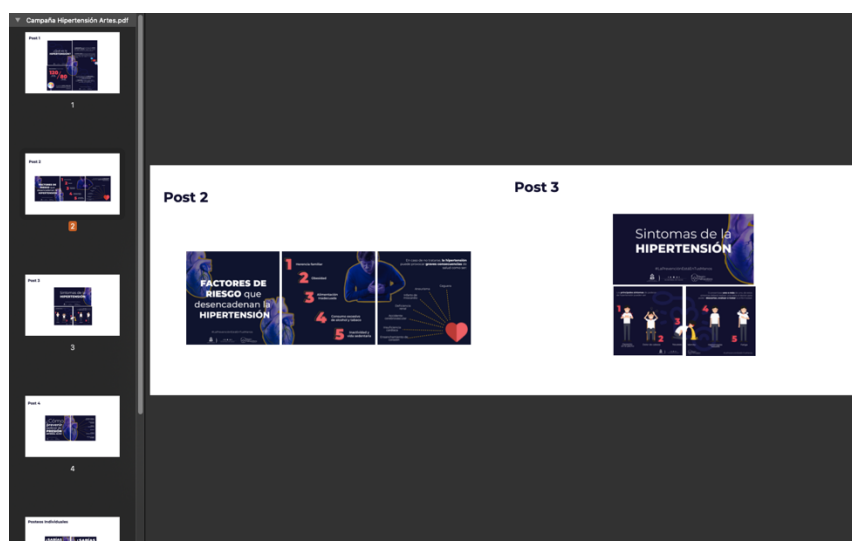
**Ilustración 75. Campaña Hipertensión.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.4 SEMANA 04

En la cuarta semana se presentó la primer campaña en una reunión con la Lic. Sari Erazo donde el estudiante explicó el funcionamiento de la respectiva campaña, como serían las publicaciones según la distribución de artes y su orden para que se observara de la forma planeada al momento de publicar. También se mencionó el aspecto de cuanto tiempo duraría la campaña al ser lanzada; asimismo se dieron recomendaciones de horarios para poder publicar las piezas gráficas. La campaña se entregó por medio de carpetas subidas en la nube, en donde iban cada una de las piezas y también se adjuntó un pdf con la explicación y el orden de los posteos. Se recibió retroalimentación positiva por parte de la Lic. Sari Erazo donde menciono que la campaña le había parecido bastante bien y atractiva.

Del 04 al 08 de noviembre se realizó la investigación sobre campañas de diabetes y se empezó la recopilación de datos sobre la diabetes.



**Ilustración 76. Orden de Piezas Gráficas.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.5 SEMANA 05

En la quinta semana se tuvo una reunión con la Licenciada Sari Erazo en donde se habló de la segunda campaña y donde se hicieron propuestas verbales sobre mejoras que se podrían hacer en la página de Facebook para que la organización tuviera más visibilidad y presencia en la red social. Del 10 al 12 de noviembre se continuo recopilando información para poder empezar el proceso de la segunda campaña. El 14 se comenzó a trabajar en las portadas para las redes sociales, esperando que el trabajo de estas junto a las fotos de perfil tuvieran alrededor de 10 horas invertidas.



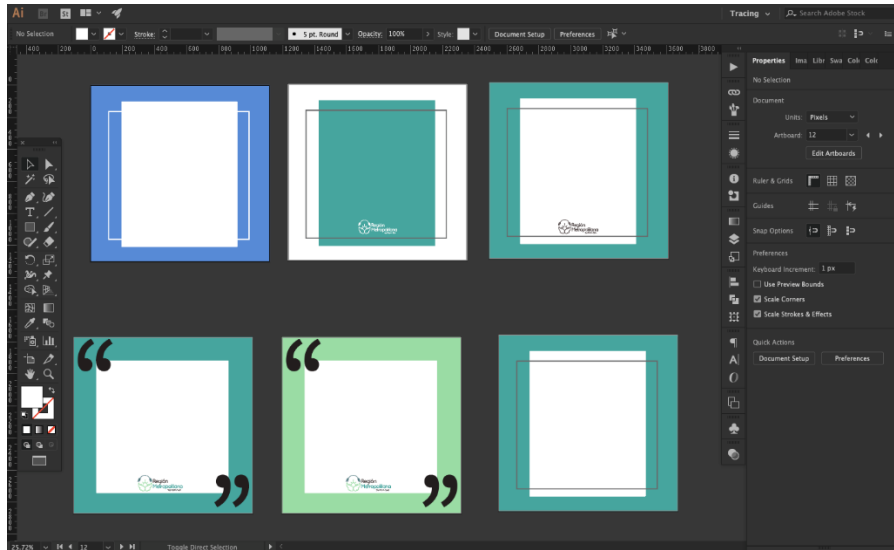
**Ilustración 77. Fotos de Perfil.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.6 SEMANA 06

En la sexta semana se trabajó en las plantillas para la organización, estas ayudarán a que se tenga un orden visual en las publicaciones futuras que se realicen. El viernes 20 de noviembre se tuvo una reunión con la licenciada Sari Erazo para solicitar la información de la organización y para

poder programar una reunión para hablar del mismo tema. Se comenzó el trabajo de la campaña de diabetes. Durante el resto de los días el estudiante comenzó la campaña sobre diabetes.



**Ilustración 78. Plantillas.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.7 SEMANA 07

El día lunes 23 de noviembre el estudiante se reunió con la licenciada Sari Erazo para hablar con más profundidad sobre la organización y el departamento que ella maneja. En esta reunión la licenciada compartió y detallo la misión y visión de la organización y todos los servicios que esta ofrecía a la comunidad. El estudiante continuó con el desarrollo de la campaña de diabetes en la semana.

El día miércoles 25 de noviembre se tuvo una reunión en donde el estudiante presento las propuestas de mejora a la licenciada Sari y estas le parecieron bien. Para la segunda propuesta sobre la capacitación de aplicabilidad y uso de la línea gráfica se platicó sobre la posibilidad de cambiar de capacitación virtual por un video donde el estudiante explicara a través de un manual de uso de la línea gráfica ya que actualmente debido a la situación actual del país los

colaboradores de la organización están ocupados en toda la ayuda que se está brindando a los albergues de atención a las personas afectadas por los huracanes Iota y Eta.

A partir del jueves 26 de noviembre se trabajó en la propuesta de mejora, siendo esta la creación de las firmas de correo de los colaboradores de la organización con la información proporcionada por la licenciada Sari en otra reunión que se llevó a cabo el día jueves 26 de noviembre.



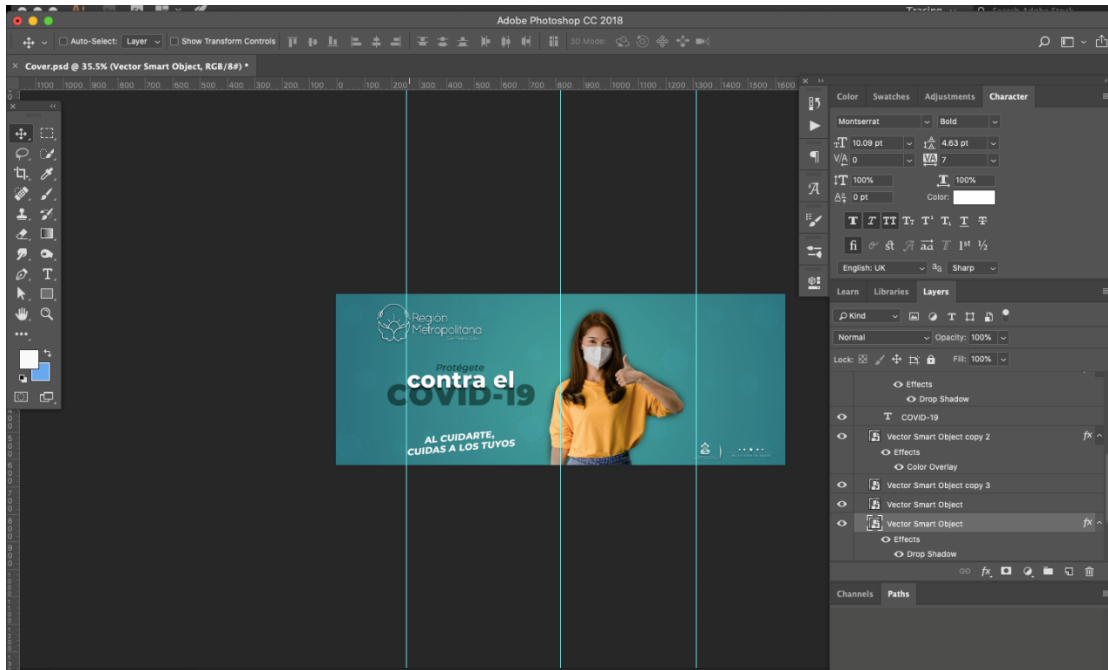
**Ilustración 79. Plantillas.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.8 SEMANA 08

Durante la semana ocho se tuvo la octava reunión con la licenciada Sari Erazo con el objetivo de presentarle las firmas de correo. En la reunión también se hizo entrega de los archivos de los logos en png para que ellos puedan usarlos para cuando sean necesario, se entregaron las plantillas y las firmas de correo electrónico de 8 colaboradores. A la lic Sari le gustaron las firmas. Durante la semana se terminaron de elaborar las portadas de facebook que se comenzaron en semana cinco. En las portadas se realizaron cinco propuestas en relación a las campañas que la organización hace durante el año según sea la temporada.

También se inicio el desarrollo del manual de uso de la línea gráfica, que es parte de la segunda propuesta de mejora para la organización. Una vez realizado el manual se podría seguir avanzando con el video explicativo del manual.



**Ilustración 80. Plantillas.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



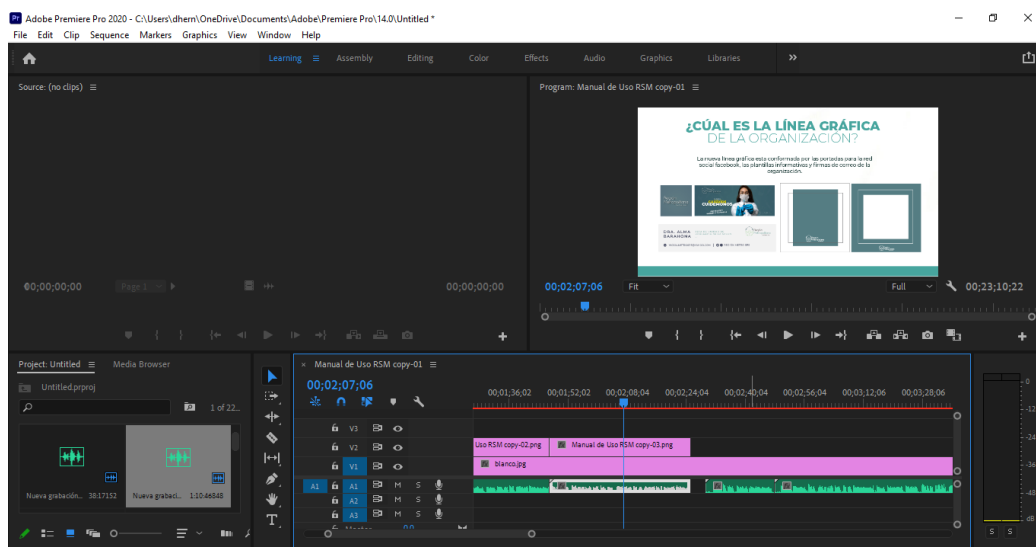
**Ilustración 81. Manual Línea Gráfica.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## 6.9 SEMANA 09

La novena semana comenzó con una reunión con la licenciada Sari Erazo en donde se platicó sobre la última campaña a realizar para poder comenzar a trabajar en ella estas dos semanas que quedan del periodo. En esta reunión también el estudiante explico a la encargada sobre como se estaría impartiendo la capacitación para que ellos siempre recibieran el contenido y pudieran verlo cuando ya estuviesen liberados de su carga de trabajo. A la licenciada le pareció la idea del video ya que este podrán guardarlo y en caso de necesitar saber cierta información pueden consultarlo y resolver.

Durante la semana se trabajó en el video de capacitación, primero se terminó de desarrollar el manual y seguidamente se comenzó a trabajar en el guión para poder empezar las grabaciones. El martes 08 y miércoles 09 de diciembre por la madrugada se desarrolló la edición del video, esta fue bastante básico para concentrarnos en el material que se iba a mostrar. El tiempo final del video explicativo fue de veintitrés minutos con un segundo. El día jueves 10 el estudiante se reunió con su asesor temático para presentar los avances y esta diera su retroalimentación. El resto de la semana el estudiante comenzó la búsqueda de información para la tercer y última campaña sobre la enfermedad crónica renal.



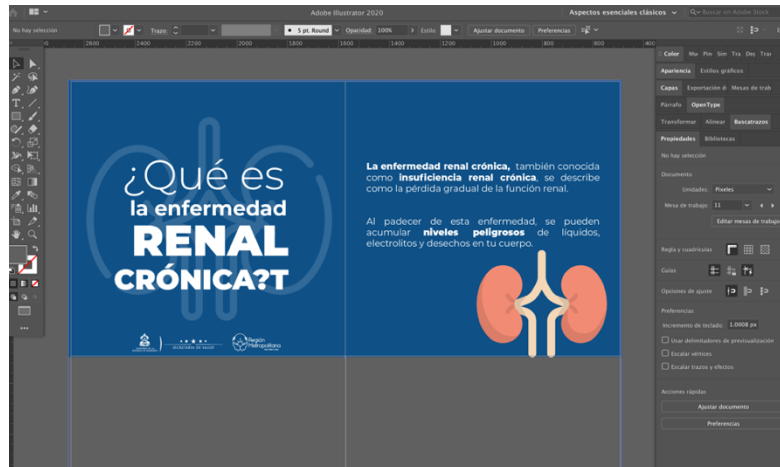
**Ilustración 82. Edición Video Explicativo del Manual.**

Fuente: Elaboración Propia 2020



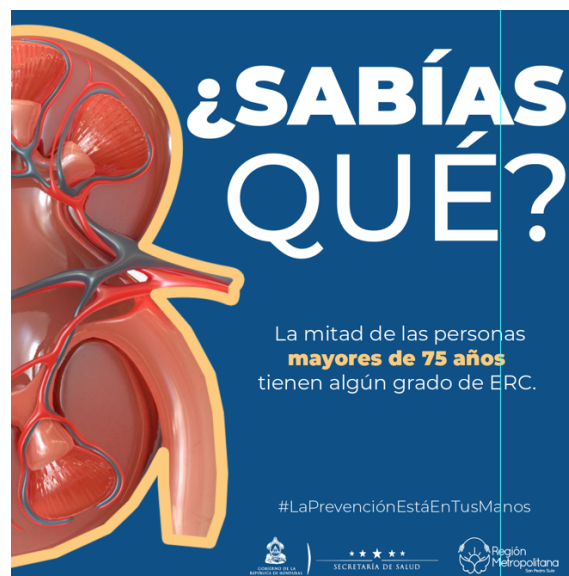
## 6.10 SEMANA 10

La decima semana el lunes 14 de diciembre se platicó con la licenciada Sarí Erazo para obtener más información sobre esta última campaña. Se siguió recopilando información para poder realizarla y se comenzó a filtrar y ordenar la información. Durante el resto de la semana se trabajó en la parte gráfica de la campaña sobre la enfermedad renal crónica para poder culminar con el proyecto de graduación.



**Ilustración 83. Campaña Enfermedad Renal Crónica.**

Fuente: Elaboración Propia 2020



**Ilustración 84. Arte Campaña ERC.**

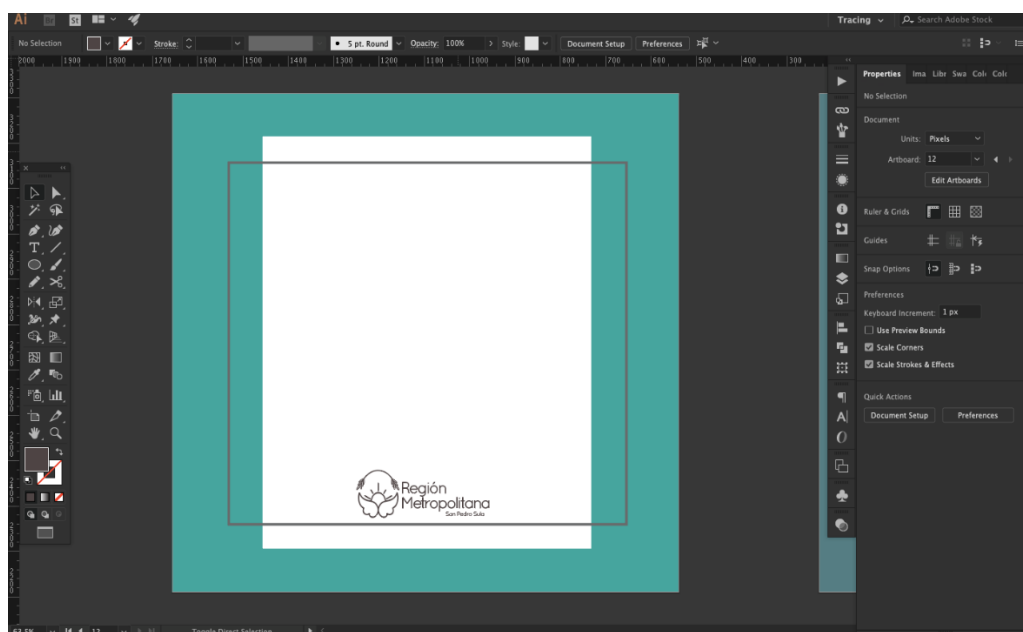
Fuente: Elaboración Propia 2020

## VII. PROPUESTA DE MEJORA

Para la mejora de la organización, el estudiante debe crear una propuesta de mejoría en donde mediante la identificación de los problemas se tratará de corregir y se sugerirán varios puntos para que la organización trabaje más eficientemente.

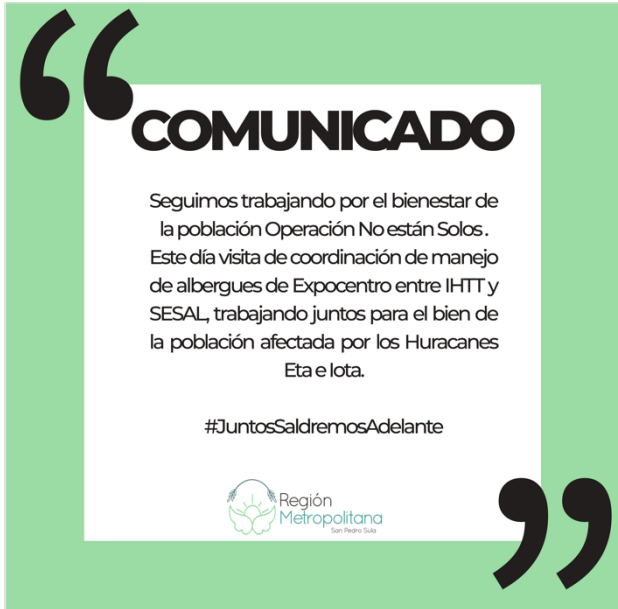
### 7.1 CREACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO DE LA ORGANIZACIÓN

Como primer propuesta el estudiante desarrollara material gráfico, siendo la firma de correo y plantillas para la utilización de ellos por parte de los colaboradores de la organización, logrando con esto que empiece a ser más visible profesionalmente hablando ante la comunidad y que la imagen de la organización sea más seria.



**Ilustración 85. Plantillas**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 86. Ejemplos Plantillas Comunicados.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 87. Ejemplos Plantillas Fotografías.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



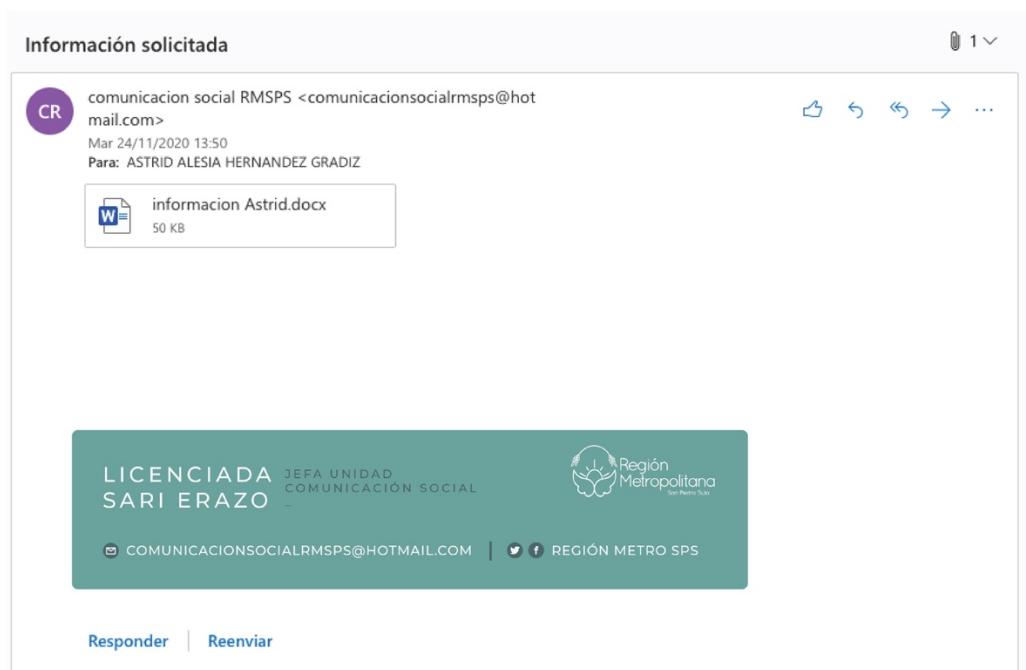
**Ilustración 88. Montaje Plantilla.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 89. Elaboración Firma de Correo.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 90. Montaje Firma de Correo.**

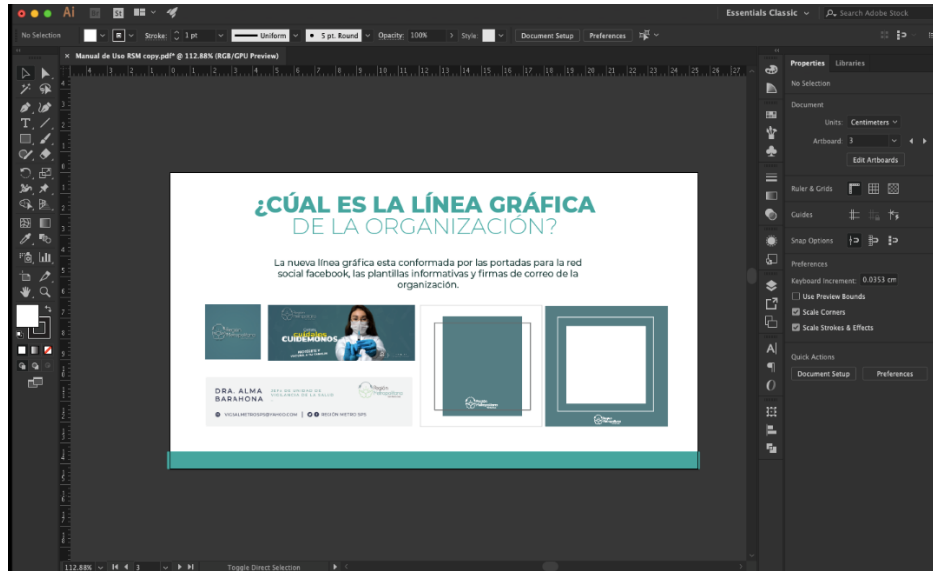
Fuente: Elaboración Propia [2020]

## **7.2 MANUAL DEL USO ADECUADO Y APLICABILIDAD DE UNA LÍNEA GRÁFICA**

Como segunda propuesta el estudiante realizará un manual del uso y las formas en que se puede utilizar una línea gráfica en las de redes sociales. En este manual se explicará a profundidad que elementos se pueden utilizar para seguir la línea, como poder utilizarla de manera correcta y mediante un video se capacitará y creará conciencia en los colaboradores de la organización que están involucrados con el manejo de las páginas de la asociación para que ellos aprendan de cómo poder aplicar la línea gráfica creada en futuras ocasiones y que de esta manera las redes puedan verse coherentes y consistentes.

La capacitación se estará realizando mediante un video ya que los colaboradores de la organización están con tiempo limitado, debido a que están brindando todo su apoyo a los albergues de ayuda a las personas afectadas por los huracanes Iota y Eta, que atravesaron el territorio hondureño.

En este video se estaría explicando a el contenido del manual de uso para que los colaboradores cuando dispongan del tiempo suficiente y cuando lo necesiten puedan visualizarlo y de esta manera poder aprender a utilizar la línea gráfica.



**Ilustración 91. Elaboración Manual Uso de Línea Gráfica.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Ilustración 92. PDF Manual de Línea Gráfica.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]

## **VIII. APLICABILIDAD**

Este capítulo demuestra que tan viable es el proyecto de graduación al momento de poder aplicarlo por parte de la organización.

El proyecto de graduación correspondiente a La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula es de carácter vinculativo. Las tareas realizadas durante el periodo del proyecto, siendo estas la vectorización de logos institucionales, creación de línea gráfica, desarrollo y elaboración de campañas informativas, plantillas para redes sociales y creación del manual de uso de la línea gráfica y video explicativo sobre este, fueron aplicadas y utilizadas tan pronto como fueron entregadas.

### **8.1 Costos**

La organización al ser un ente gubernamental, cuenta con presupuesto planeado y ajustado a las necesidades primordiales de la institución; es por ello que tiene problemas de comunicación gráfica, ya que no logran cubrir estos problemas debido a su presupuesto limitado.

A lo largo del periodo de proyecto se desarrollaron diferentes materiales que ayudarán a resolver los inconvenientes visuales que la organización pudiese tener, cada uno de estos trabajos cuenta con un costo que será detallado en la tabla a continuación.

Se solicitaron diferentes cotizaciones para tener un costo aproximado con la finalidad de mostrar el ahorro que La Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula logró por medio del trabajo del estudiante de UNITEC. Cabe mencionar que estos costos fueron cotizados en empresas que estuviesen al alcance de cierto presupuesto, tomando en cuenta la situación de la organización.

**TABLA 11. COTIZACIÓN 1**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
CAMPAÑAS INFORMATIVAS Y LÍNEA GRÁFICA	3	L. 4,800.00	L. 14,400.00
PLANTILLAS INFORMATIVAS	1	L. 400.00	L. 3,600.00
FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO	16	L. 100.00	L. 1,600.00
MANUAL LÍNEA GRÁFICA	1	L. 2,500.00	L. 2,500.00
VIDEO EXPLICATIVO DE LÍNEA GRÁFICA	1	L. 3,000.00	L. 3,000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>L. 25,100.00</b>

Fuente: Freelancer Andrea Paz [2021].

**TABLA 12. COTIZACIÓN 2**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
CAMPAÑAS INFORMATIVAS Y LÍNEA GRÁFICA	3	L. 10,000.00	L. 30,000.00
PLANTILLAS INFORMATIVAS	1	L. 3,500.00	L. 3,500.00
FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO	16	L. 4,000.00	L. 4,000.00
MANUAL LÍNEA GRÁFICA	1	L. 9,500.00	L. 9,500.00
VIDEO EXPLICATIVO DE LÍNEA GRÁFICA	1	L. 4,500.00	L. 4,500.00
		<b>SUB-TOTAL</b>	<b>L. 51,500.00</b>
		<b>ISV</b>	<b>L. 7,725.00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>L. 59,225.00</b>

Fuente: Devio Agencia Digital [2020].



Se realizó un promedio de costos y precios con respecto a las cotizaciones conseguidas de una agencia digital y un freelancer. La tabla 13 muestra a detalle los valores de cada una de las actividades realizadas para la organización y los precios. El total ahorrado por parte de la organización fue de cuarenta mil trescientos diez y nueve lempiras exactos.

**TABLA 13. PROMEDIO DE COSTOS Y PRECIOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
CAMPAÑAS INFORMATIVAS Y LÍNEA GRÁFICA	3	L. 7,400.00	L. 22,200.00
PLANTILLAS INFORMATIVAS	1	L. 619.00	L. 5,569.00
FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO	16	L. 175.00	L. 2,800.00
MANUAL LÍNEA GRÁFICA	1	L. 6,000.00	L. 6,000.00
VIDEO EXPLICATIVO DE LÍNEA GRÁFICA	1	L. 3,750.00	L. 3,750.00
		<b>TOTAL</b>	<b>L. 40,319.00</b>

Fuente: Devio Agencia Digital [2020] + Freelancer Andrea Paz [2021]

## **IX. CONCLUSIONES**

Las conclusiones muestran las resoluciones obtenidas por medio de las consideraciones de los trabajos realizados basándonos en los objetivos planteados al principio del informe. A continuación se expondrán las conclusiones obtenidas conseguidas en el proyecto desarrollado y como estas contribuyeron a la organización y el estudiante.

- Para lograr que la organización Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula se muestre profesional y activa, a largo plazo, en las redes sociales; se creó una línea gráfica que afirma la comunicación visual de la organización y se utilice a largo plazo.
- A fin de promover los conocimientos sobre enfermedades crónicas y comunicar datos relevantes sobre estos temas, se desarrollaron campañas informativas atractivas visualmente.
- Por medio de la creación de piezas gráficas difundidas a través de las redes sociales de la organización se promueve la prevención y el cuidado de la salud en la población Hondureña.
- Con el diseño de la línea gráfica para las redes sociales, se reforzó el profesionalismo, la formalidad y la credibilidad de la organización; asimismo se capacitó a los colaboradores en dirección a la comprensión de la funcionalidad y el uso de la línea gráfica para que la coherencia y uniformidad, creada por medio de está, no se pierda.

## **XI. RECOMENDACIONES**

En base a los resultados obtenidos y el trayecto recorrido desde el inicio de la carrera de diseño gráfico hasta la ejecución del proyecto de graduación se elaboran las siguientes recomendaciones.

### **9.1 RECOMENDACIONES A LA REGIÓN SANITARIA METROPOLITANA DE SAN PEDRO SULA**

Para la Región Sanitaria Metropolitana de San Pedro Sula se recomienda:

- Mejorar los canales de comunicación entre el encargado y el alumno para agilizar los procesos de tareas asignadas y establecer una comunicación fluida.
- Planificar y previsualizar la carga de trabajo cedida y las fechas de entrega de las mismas, para que exista un período suficiente en el que el diseñador pueda desarrollar y finalizar lo solicitado con acabados de calidad.
- Programar y apartar el tiempo indicado para poder atender al alumno y que de esta manera no queden incógnitas según sean los temas de las reuniones.

### **9.2 RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD**

A la universidad se le recomienda realizar las siguientes propuestas por antes que los alumnos entren a la Práctica o Proyecto Profesional.

- Organizar charlas previas impartidas por el jefe académico de la carrera y alumnos egresados que puedan compartir su experiencia sobre todo lo que involucra entrar a la fase de Proyecto o Práctica Profesional. Esto con el fin que los estudiantes despejen a profundidad las dudas en relación a esta fase y de esta manera cuando entren a su último trimestre no haya temor por no tener suficiente información sobre el tema.
- Reforzar la enseñanza práctica de los alumnos mediante talleres interactivos, en donde se puedan recrear ambientes laborales parecidos a lo que se experimentará una vez haya contacto con clientes reales. Esto los ayudará a estar preparados para enfrentarse a las futuras relaciones con los clientes.

- Crear una red de contactos multidisciplinarios de egresados que estén en la disposición de ser asesores temáticos y ayudar a los estudiantes que están por entrar a la fase de Proyecto o Práctica Profesional y que de esta manera no sea complicado localizar alguien que realmente tenga el tiempo y la voluntad de ayudar a los alumnos.

### **9.3 RECOMENDACIONES A LOS ALUMNOS**

A los alumnos de la Escuela de Arte & Diseño se les recomienda:

- Participar en los talleres que se organizan de la carrera para mejorar todas sus habilidades con respecto a la utilización de los programas o temas específicos.
- Motivarse a dar la milla extra en cada trabajo realizado y no conformarse solamente con realizar los proyectos por lograr pasar las clases, ya que son estos trabajos su primer carta de presentación ante los clientes al momento de egresar de la universidad.
- Aprender a establecer horarios puntuales y a medir el tiempo invertido en cada uno de los trabajos y que en el futuro cuando ya estén laborando puedan ser organizados y eficientes con las entregas de sus proyectos.

## BIBLIOGRAFÍA

- 40 de fiebre. [s.f.]. *Leads*. Recuperado el 16 de noviembre de 2020 de: <https://www.40defiebre.com/que-es/lead>
- American Thyroid Association. [s.f.]. *Hipertiroidismo*. Recuperado de Thyroid ORG el 10 de noviembre de 2020 de: <https://www.thyroid.org/hipertiroidismo/>
- Amita Health. [03 de mayo de 2020]. *Tiroides*. Recuperado el 10 de noviembre de 2020 de: <http://amitahealth.adam.com/content.aspx?productid=118&pid=5&gid=002933>
- Arvizu, M. [23 de marzo de 2020]. *¿Cómo medir la glucosa en la sangre?* Recuperado de Soy Vida el 24 de noviembre de 2020 de: <https://www.soyvida.com/diabetes/Como-medir-la-glucosa-en-la-sangre-20200322-0002.html>
- Asociación de Academias de la Lengua Española. [2020]. *Enfermedad*. Recuperado de Real Academia Española el 14 de octubre de 2020 de: <https://dle.rae.es/enfermedad>
- Asociación de Academias de la Lengua Española. [2020]. *Publicidad*. Recuperado de Real Academia Española el 17 de octubre de 2020 de <https://www.rae.es/drae2001/publicidad>
- Barquero, J. [2005]. *Comunicación Estratégica: Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing*. Editorial McGraw Hill, España.
- Bello, E. [s.f.]. *Historia del Internet*. Recuperado de IEBS School el 08 de noviembre de 2020 de: <https://www.iebschool.com/blog/historia-de-internet-innovacion/>
- Bidu. [5 de febrero de 2019]. *Evolución de la agencia de publicidad*. Recuperado el 22 de noviembre de 2020 de: <https://www.bibu.com.mx/publicidad-creativa/blog/la-evolucion-de-la-agencia-de-publicidad/>
- Bredford, A. [4 junio de 2017]. *Facebook Marketplace*. Recuperado de Cnet el 11 de noviembre de 2020 de: <https://www.cnet.com/es/como-se-hace/consejos-para-que-no-te-enganen-en-facebook-marketplace/>

- CDC. [29 de julio de 2020]. *¿Cómo Prevenir el Cáncer o Detectarlo?* Recuperado el 10 de noviembre de 2020 de: <https://www.cdc.gov/spanish/cancer/dcpc/prevention/index.htm>
- CDC. [3 de enero de 2018]. *Diabetes*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de: <https://www.cdc.gov/diabetes/spanish/basics/getting-tested.html>
- Centro de Documentación Publicitaria. *Theophraste Renaudot*. Recuperado de La Historia de la Publicidad el 21 de octubre de 2020 de: <https://www.lahistoriadelapublicidad.com/protagonista-78/theophraste-renaudot>
- Deutschland.de. [17 de diciembre de 2015]. *Primera Página Web*. Recuperado el 02 de noviembre de 2020 de: <https://www.deutschland.de/es/topic/economia/innovacion-tecnica/la-primera-pagina-web-del-mundo>
- DNS empresas. [s.f.]. *Importancia de línea adecuada para redes*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de: <https://www.dnsempresas.com/como-influye-linea-grafica-en-campana-redes-sociales/>
- Drummong, C. [3 de agosto de 2017]. *Historia de Facebook*. Recuperado el 11 de noviembre de 2020 de: <https://www.ticbeat.com/socialmedia/la-historia-de-facebook-desde-2004-hasta-hoy/>
- El País. [15 de junio de 2020]. *Mejores Radios Portátiles*. Recuperado el 25 de noviembre de 2020 de: [https://elpais.com/elpais/2020/06/05/escaparate/1591363073\\_311017.html](https://elpais.com/elpais/2020/06/05/escaparate/1591363073_311017.html)
- Encyclopaedia Britannica. [16 de octubre de 2020] *Theophraste-Renaudot*. Recuperado el 21 de octubre de 2020 de: <https://www.britannica.com/biography/Theophraste-Renaudot>
- Essedi. [22 de Junio de 2018]. *Importancia de las Redes Sociales para tu Empresa*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de: <https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/>

- Fundación GAEM. [04 de julio de 2017]. *Esclerosis Múltiple*. Recuperado el 10 de noviembre de 2020 de: <https://fundaciongaem.org/que-es-la-esclerosis-multiple/>  
<https://hospital.uillinois.edu/es/primary-and-specialty-care/neurologia-y-neurocirugia/condiciones-neurologicas-que-tratamos/esclerosis-multiple-em>
- Hütt Herrera, H. [2012]. *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Reflexiones, España.
- Instituto Nacional del Cáncer. [9 de febrero de 2015]. *¿Qué es Cáncer?* Recuperado el 10 de noviembre de 2020 de <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/que-es>
- Instituto Nacional del Cáncer. [s.f.]. *Hipoglucemia*. Recuperado el 14 de octubre de 2020 de: <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/hipoglucemia>
- Instituto Nacional del Cáncer. [s.f.]. *Presión Arterial*. Recuperado el 14 de octubre de 2020 de: <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/presion-arterial>
- La web del programador. [s.f.]. *Weca*. Recuperado el 16 de noviembre de : <https://www.lawebdelprogramador.com/diccionario/weca/>
- Latam Satelital. [9 de julio 2019]. *Televisión Digital*. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 de: <http://latamsatelital.com/television-satelital-abierta-ses-10-brasil/>
- Lozano, J. J. [2010]. *La Revolución Industrial*. Recuperado el 12 de Mayo de 2020, de Clases de Historia: <http://www.claseshistoria.com/revolucionindustrial/1revolucionindustrial.htm>
- Mayo Clinic. [15 de abril de 2020]. *EPOC*. Recuperado el 13 de noviembre de 2020 de: <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/copd/symptoms-causes/syc-20353679>
- Medina, J., Córdova, E., Medina, J. [2018]: *La creatividad en la formación del diseñador gráfico*. Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo recuperado de:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/01/creatividad-disenador-grafico.html> <http://hdl.handle.net/20.500.11763/atlante1801creatividad-disenador-grafico>

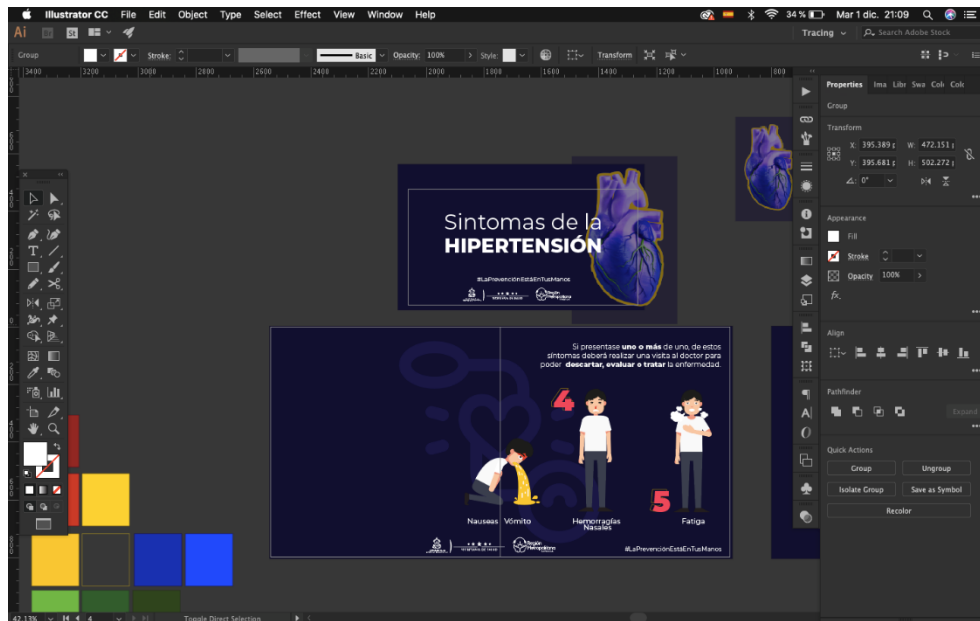
- Medline Plus. [2020]. *Sibilancias*. Recuperado el 16 de noviembre de 2020 de: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003070.htm>
- Mendoza, I. [22 de agosto de 2013]. *Historia de la Radio*. Recuperado de Utel Blog el 22 de octubre de 2020 de: <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/breve-historia-de-la-radio/>
- Ministerio de Salud Chile. [5 de octubre de 2015]. *División de prevención y Controles de Enfermedades*. Recuperado el 14 de octubre de 2020 de: <https://www.minsal.cl/division-de-prevencion-y-control-de-enfermedades/>
- Muñoz, A. [s.f.]. Las fuentes de Información. Recuperado el 08 de noviembre de 2020 de: <https://www.ugr.es/~anamaria/fuentesws/Intro-FI.htm>
- Neary, L. [24 de marzo 2004]. *Aniversario de la TV a Color*. Recuperado de NPR ORG el 28 de noviembre de 2020 de: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=1789944>
- Nolasco, R. 21 de junio de 2018]. *Tipo de de publicidad en las Redes Sociales*. Recuperado de Hoot Suite el 16 de noviembre de 2020 de: <https://blog.hootsuite.com/es/crear-anuncios-en-facebook/>
- Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la SI [2011]. *Las redes sociales en internet*. ONTSI. Recuperado el 13 de noviembre de 2020 de: [http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201\\_ontsi\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf)
- OK Diario. [24 de octubre de 2016]. *Invento de la Televisión*. Recuperado el 28 de octubre de noviembre de 2020 de: <https://okdiario.com/curiosidades/invento-television-john-logie-baird-470604>



- Organización Mundial de la Salud. [8 de junio de 2020]. *Diabetes*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>
- Organización Mundial de la Salud. [s.f.]. *Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020 de: [https://www.who.int/chp/chronic\\_disease\\_report/part1/es/](https://www.who.int/chp/chronic_disease_report/part1/es/)
- Organización Mundial de la Salud. [s.f.]. *Hipertensión*. Recuperado el 15 de octubre de 2020 de: <https://www.who.int/topics/hypertension/es/>
- Pascual, J. [29 de abril de 2018]. Historia del Wifi. Recuperado el 11 de noviembre de 2020 de: <https://computerhoy.com/noticias/internet/historia-del-wifi-asi-empezo-todo-anos-ochenta-79475>
- Paus, L. [5 de abril de 2018]. *Wifi o Cable Red*. Recuperado de We Live Security el 11 de noviembre de 2020 de: <https://www.welivesecurity.com/la-es/2018/04/05/wifi-cable-red-conexion-rapida-segura/>
- Petroquimex. [Junio, 2014]. *H2O en la industria Petroleta*. Recuperado el 09 de noviembre de 2020 de: <https://petroquimex.com/h2s-en-la-industria-petrolera/>
- Reynolds Louisa. [07 julio de 2020]. *Hipotiroidismo*. Recuperado de Nación Farma el 10 de noviembre de: <https://nacionfarma.com/hipotiroidismo-aborto-espontaneo/>
- Teens Health. *Vivir con una Enfermedad Crónica*. [s.f.]. Recuperado el 15 de octubre de 2020 de: <https://kidshealth.org/es/teens/deal-chronic-illness-esp.html>
- Torr, D. [7 de febrero de 2019]. *Publicidad en Facebook*. Recuperado de Hoot Suite el 16 de noviembre de 2020 de: <https://blog.hootsuite.com/es/crear-anuncios-en-facebook/>
- Torres, I. [1999]. *Las fuentes de información: estudios teórico-prácticos*. Madrid.
- UI Health. *Esclerosis Múltiple*. [s.f.]. Recuperado de 10 de noviembre de 2020 de:

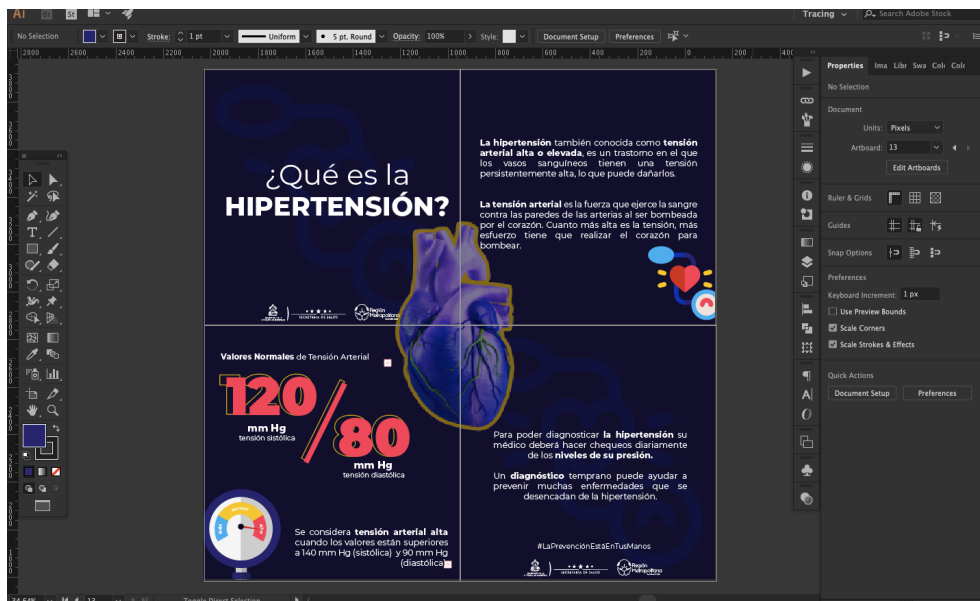
- UMB Virtual. [ 27 de febrero de 2018]. Importancia de las Redes Sociales. Recuperado de UMB Virtual el 12 de noviembre de 2020 de: <https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>
- Universidad Internacional de Valencia. [24 de abril de 2018]. *Enfermedad Aguda*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020 de: <https://www.universidadviu.com/enfermedad-aguda/>
- Váldéz, I. [Junio, 2019]. Importancia de una Línea Gráfica para Redes Sociales. Recuperado en Margnet Agencia Digital el 13 de Noviembre de 2020 de: <https://agenciamagnet.mx/2019/06/14/importancia-linea-grafica-para-redes-sociales/>

## ANEXOS



Anexo 1. Proceso Campaña Hipertensión.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



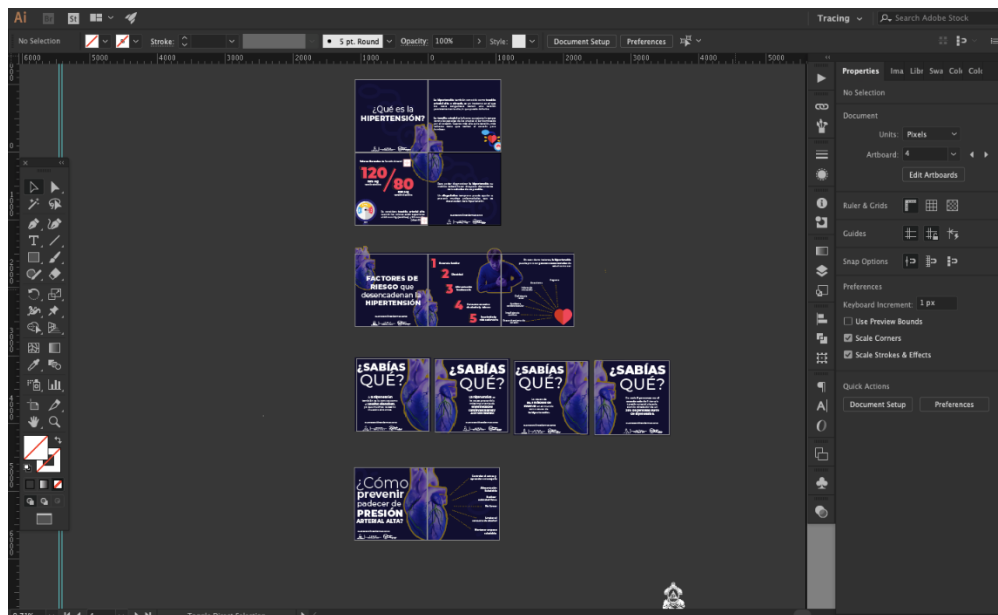
Anexo 2. Publicación 1 Hipertensión.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



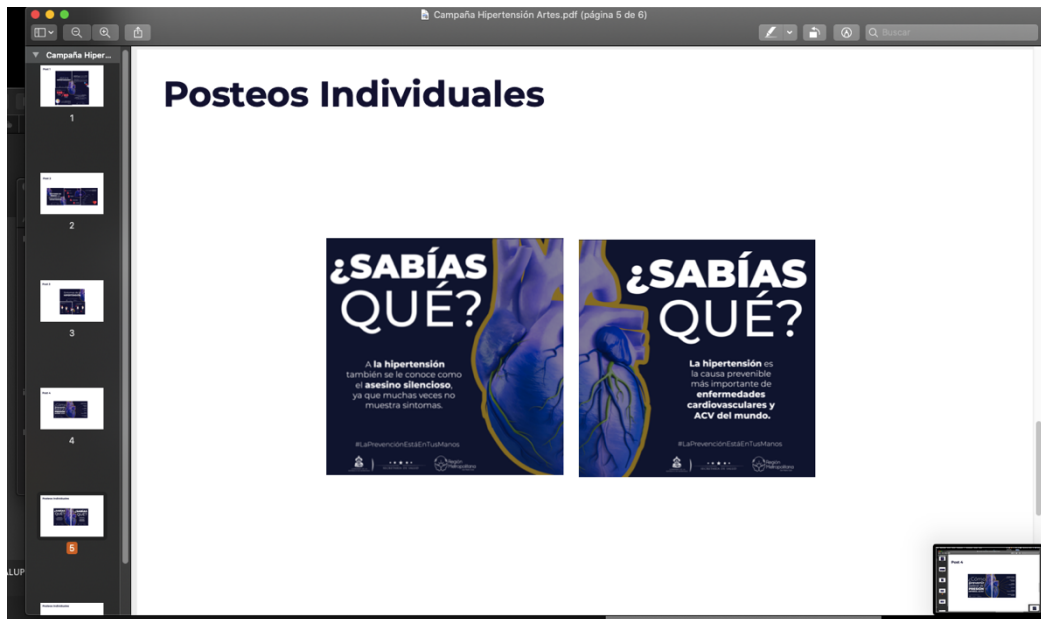
**Anexo 3. Publicación 4 Hipertensión.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



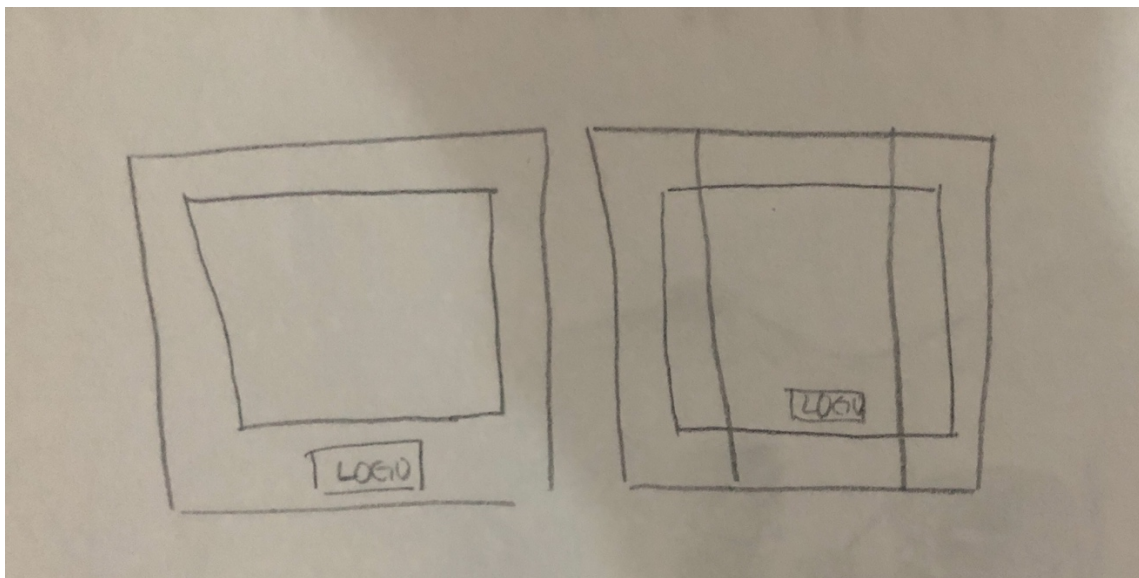
**Anexo 4. Campaña Hipertensión.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



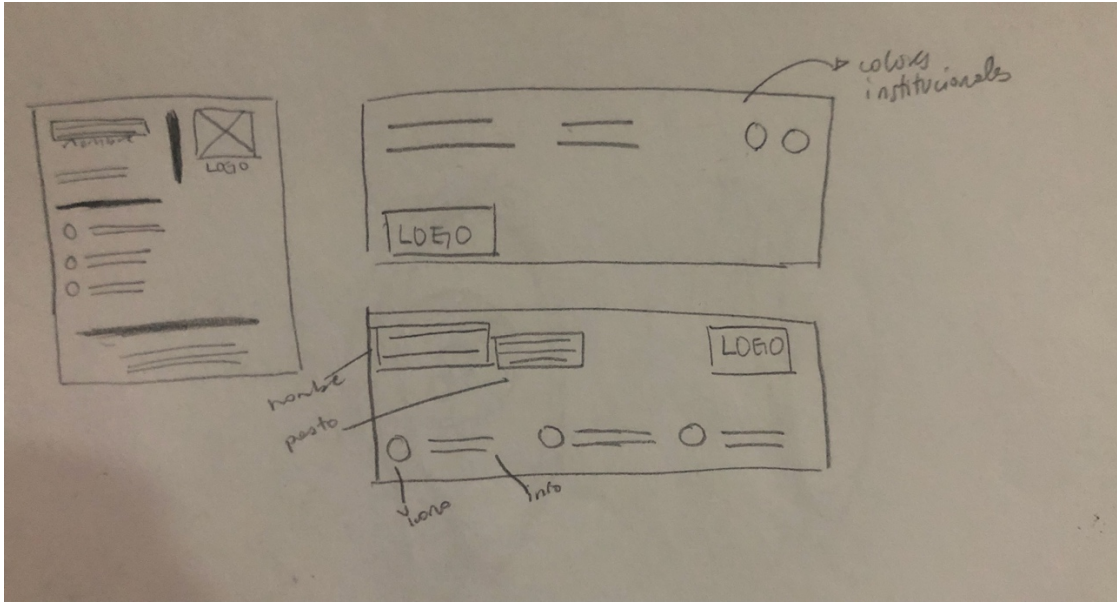
### Anexo 5. PDF Posteos Campaña Hipertensión.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



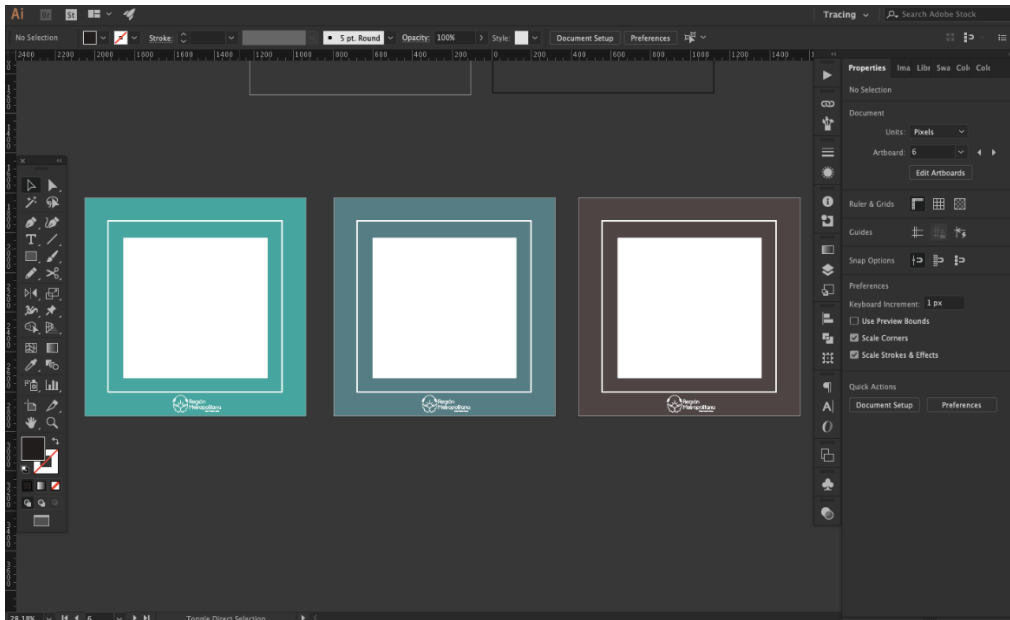
### Anexo 6. Bocetos plantillas.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



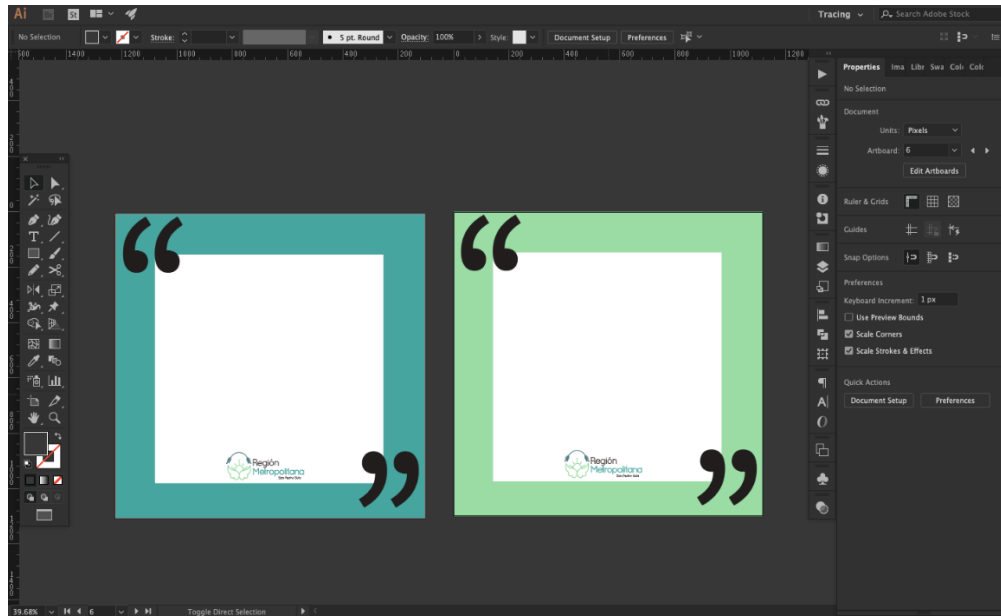
### Anexo 7. Bocetos Firma de Correo.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



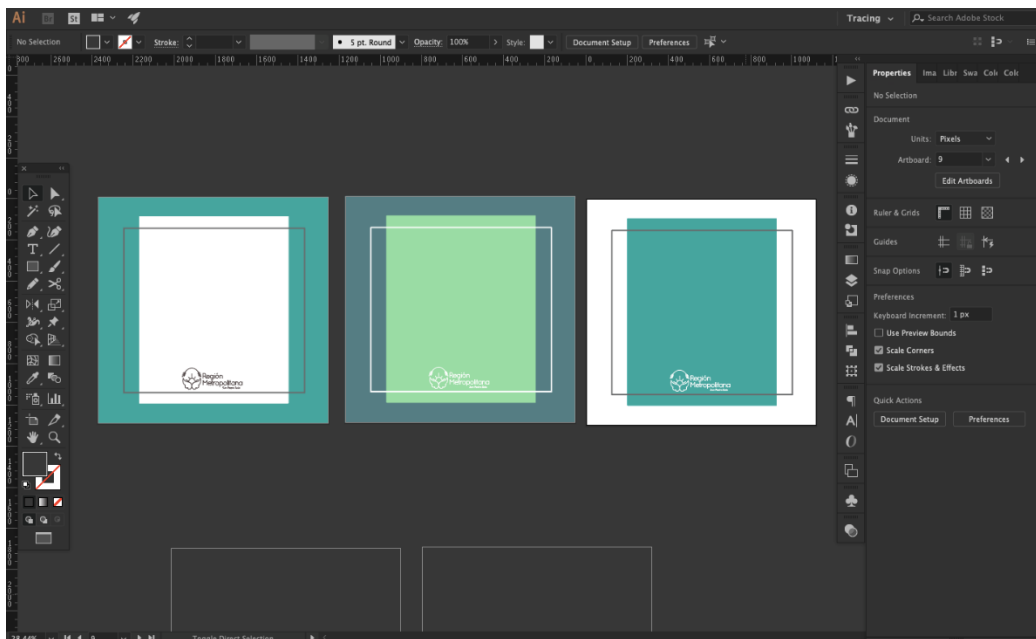
### Anexo 8. Plantillas Fotografías.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



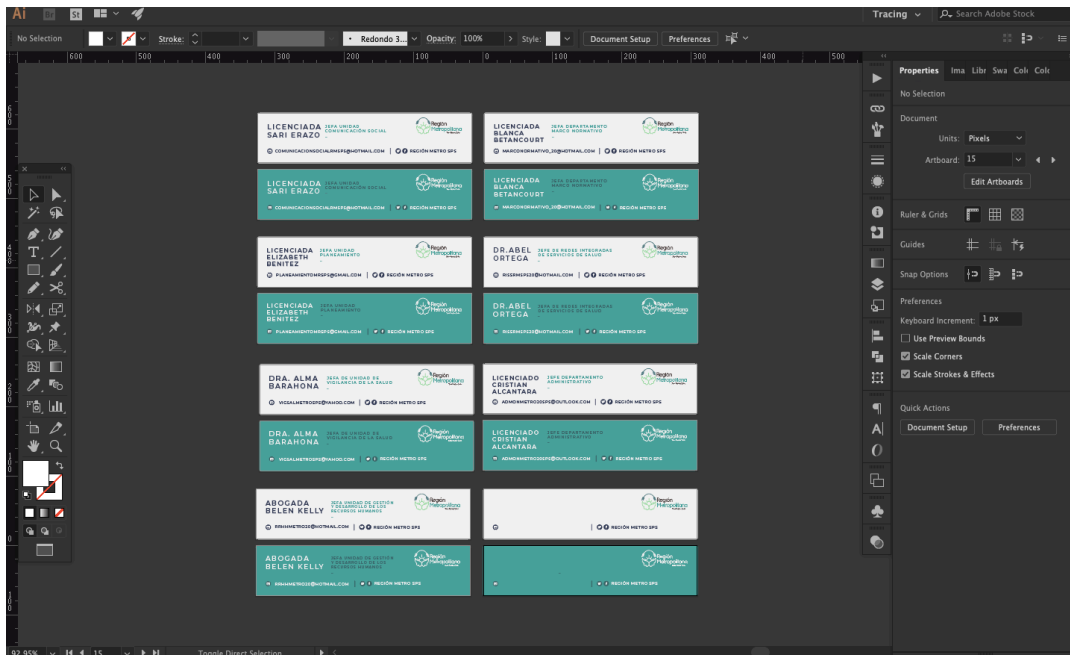
### Anexo 9. Plantillas 1.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



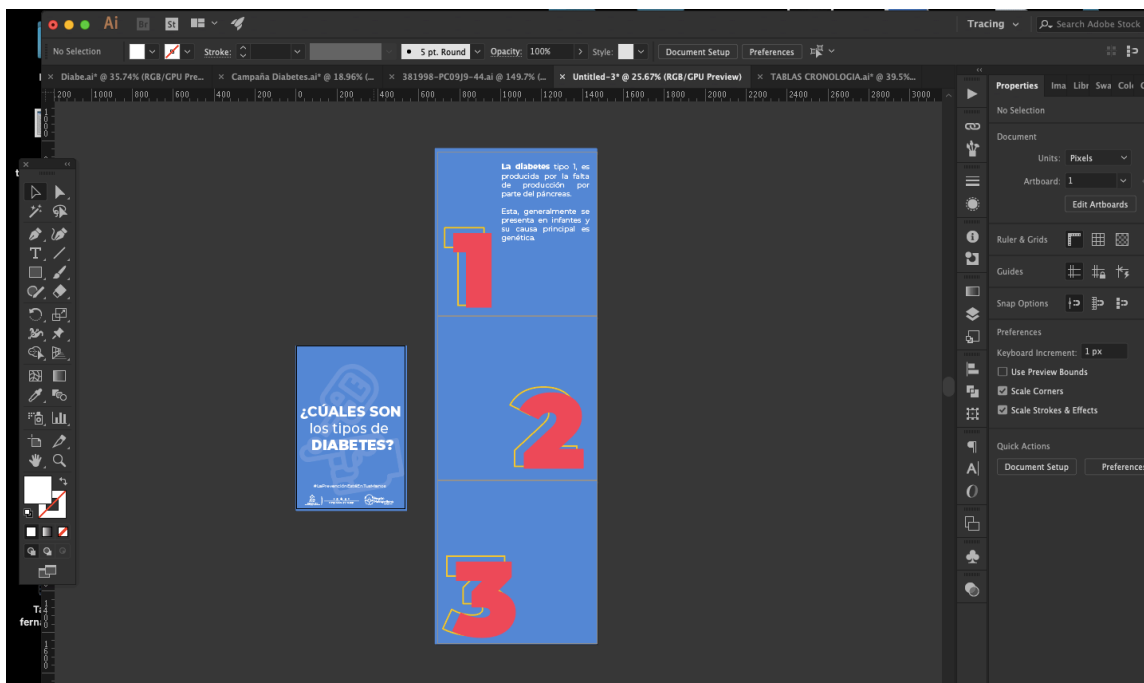
### Anexo 10. Plantillas 2.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Anexo 11. Firmas de correo.**

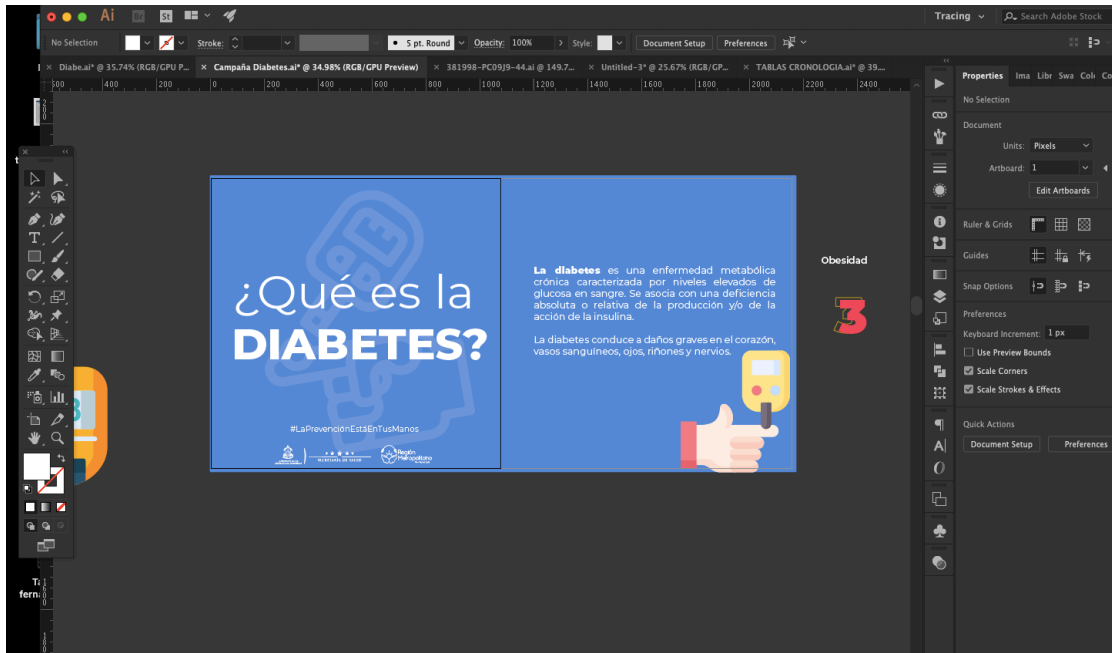
Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Anexo 12. Proceso Elaboración Campaña 2.**

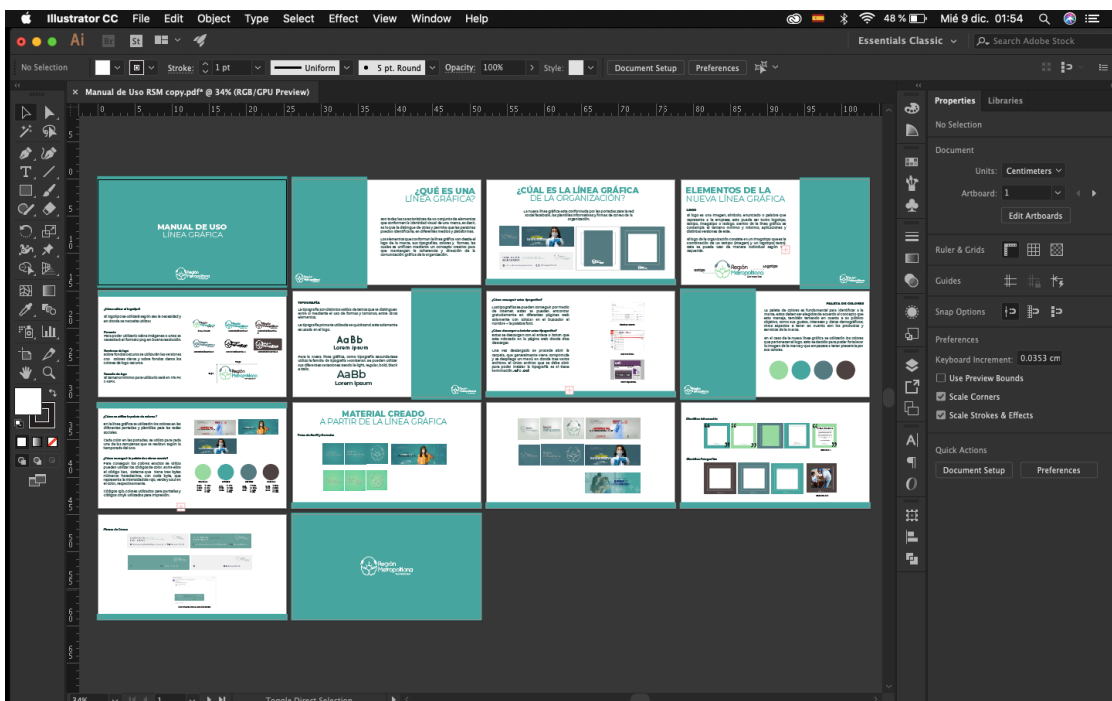
Fuente: Elaboración Propia [2020]





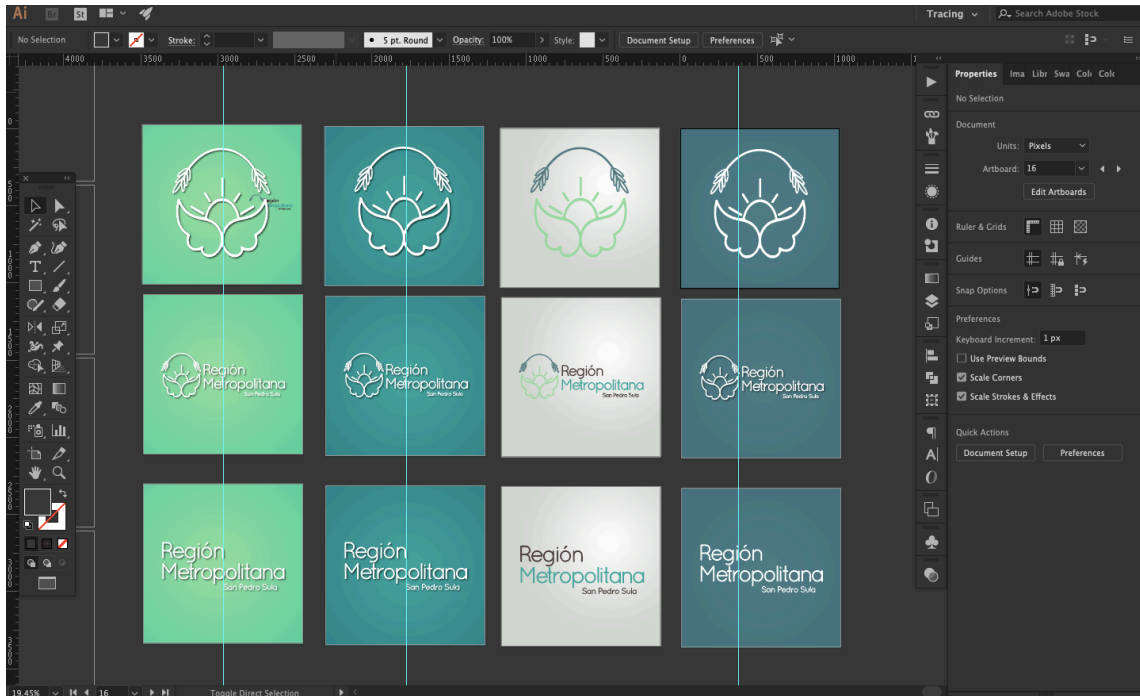
### Anexo 13. Proceso Elaboración Campaña 2.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



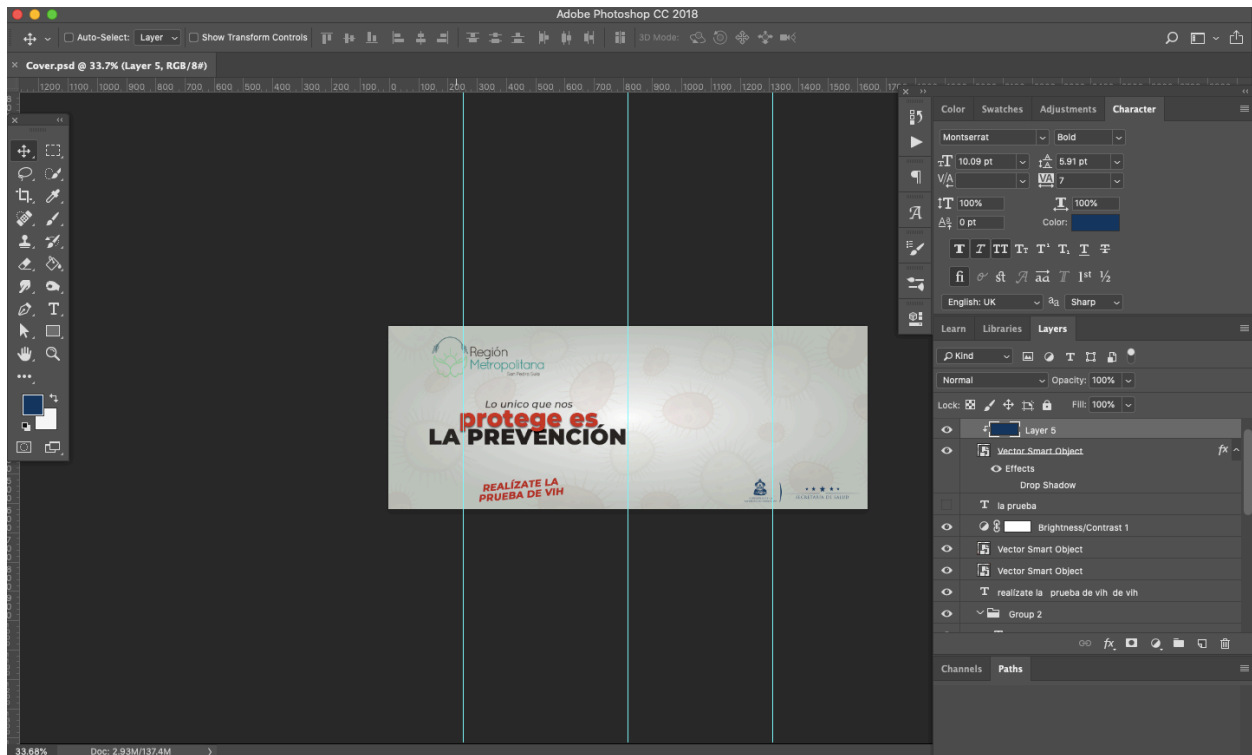
### Anexo 14. Elaboración Manual Uso de línea gráfica.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



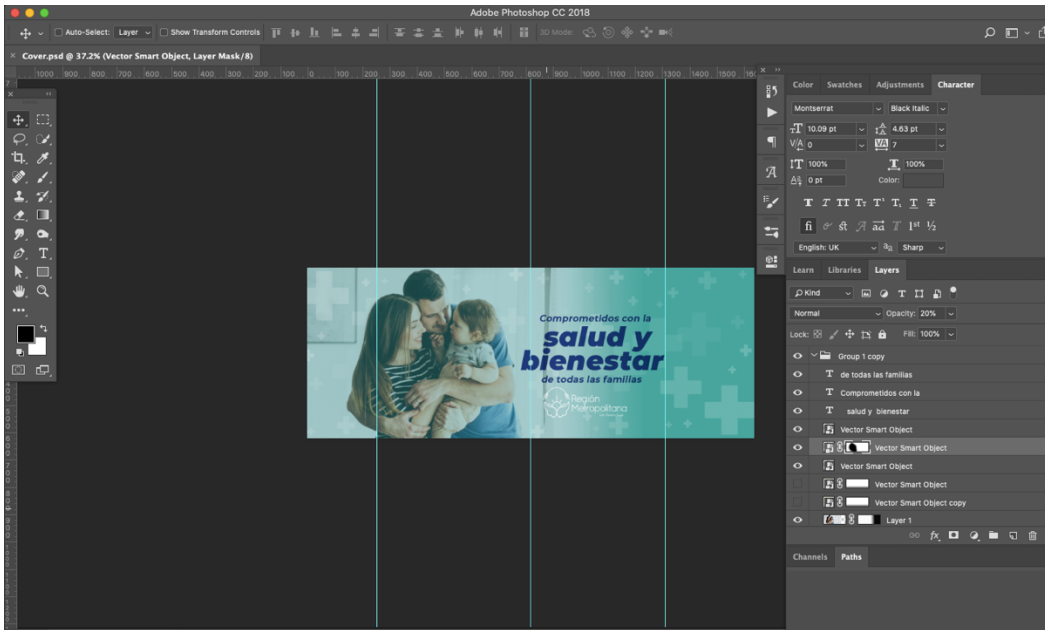
**Anexo 15. Elaboración Fotos de Perfil.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



**Anexo 16. Proceso Elaboración Fotos de Portada.**

Fuente: Elaboración Propia [2020]



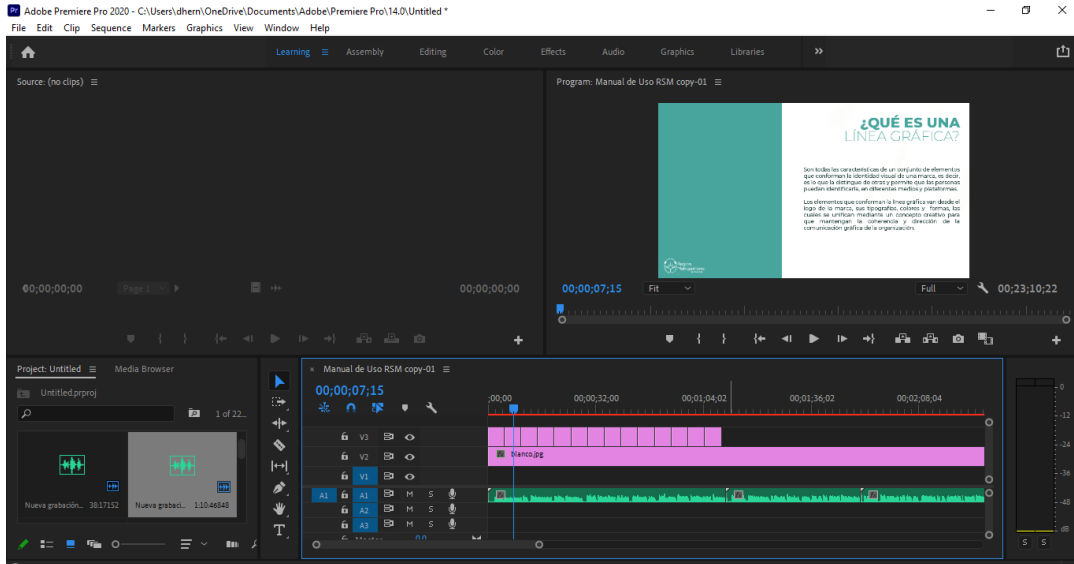
### Anexo 17. Portada Genérica.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



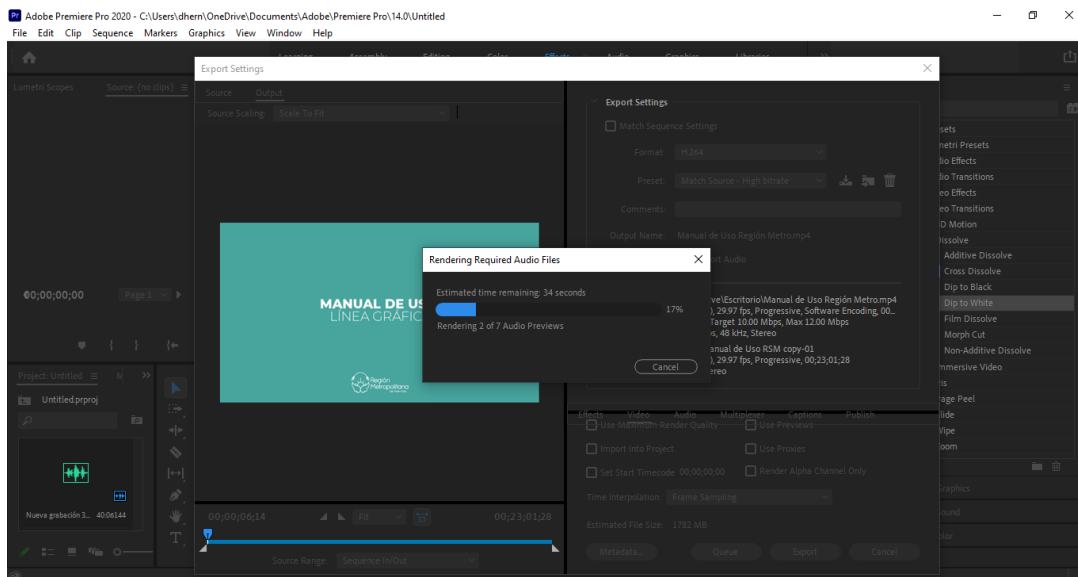
### Anexo 18. Conjunto de fotos de perfil y portada.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



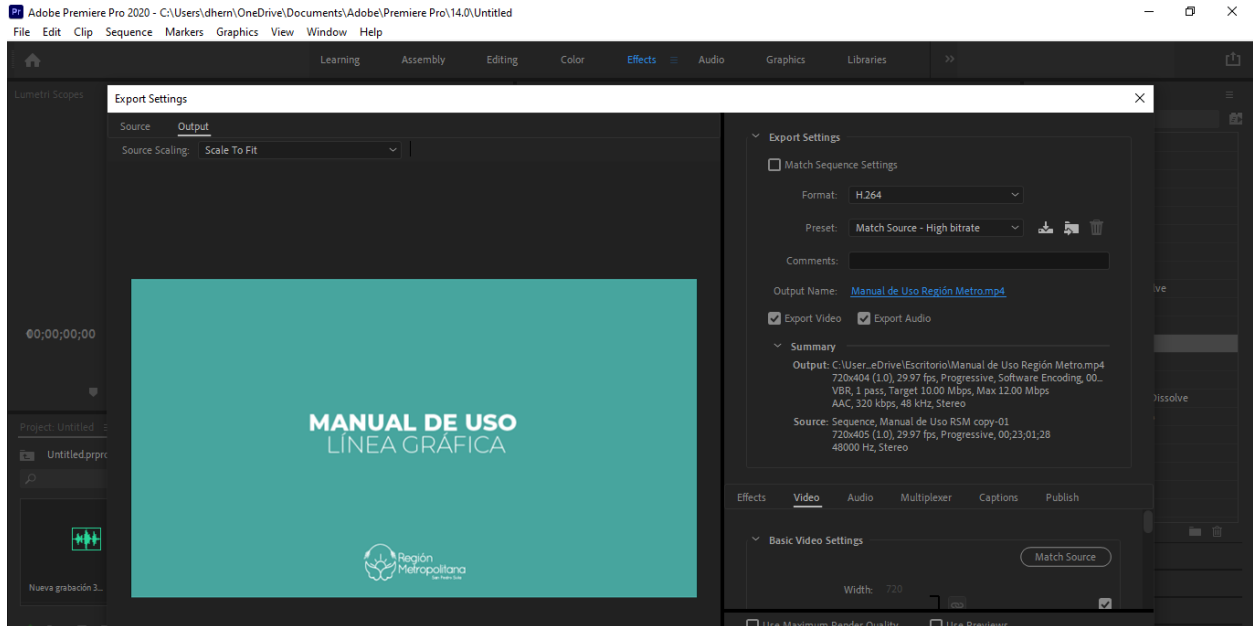
### Anexo 19. Comienzo Edición Video Explicativo del Manual.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



### Anexo 20. Renderización Video Explicativo del Manual.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



### Anexo 21. Exportación Video Explicativo.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



### Anexo 22. Reproducción Video Explicativo.

Fuente: Elaboración Propia [2020]

**devio** AGENCIA DIGITAL

DICIEMBRE 03, 2020

**Propuesta de Servicio**  
**Cliete:** Astrid Hernández  
**Fecha de Ejecución:** 2020, San Pedro Sula

**Propuesta Incluye**

- Creación de línea gráfica
- Campañas Informativas para Facebook (20 artes cada una)
- Firms de Correo Electrónico (16)
- Plantillas informativas (8 artes)
- Manual de Línea Gráfica

El presupuesto para las campañas de publicidad no está incluido en ninguno de los planes.

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Campañas Informativas y línea gráfica	3	10,000.00	30,000.00
Firmas de Correo	16	3,500.00	3,500.00
Plantillas Informativas	8	4,000.00	4,000.00
Manual de línea gráfica	1	9,500.00	8,500.00
		Subtotal	47,000.00
		ISV	7,050.00
		<b>Total</b>	<b>54,050.00</b>

• Forma de pago: transferencia de banco a final del mes a cuenta BAC DEVELOPMENT S. DE RL - 742091661.

BECOME CREATIVE

**Anexo 23. Cotización Devio.**

Fuente: Devio Agencia Digital [2020]

**andrea paz** www.andreapaz.com

Lunes 01 de febrero del 2021

**COTIZACIÓN DE SERVICIOS**

CANTIDAD	SERVICIO O PRODUCTO	SUBTOTAL	TOTAL
3	Campaña para redes sociales de 16 artes c/u	Lps 4,800.00	Lps 14,400.00
9	Plantilla Informativa	Lps 400.00	Lps 3,600.00
16	Firma de Correo	Lps 100.00	Lps 1,600.00
1	Manual Gráfico de Marca	Lps 2,500.00	Lps 2,500.00
1	Video Explicativo de Marca	Lps 3,000.00	Lps 3,000.00
		<b>GRAN TOTAL</b>	<b>Lps 25,100.00</b>

\*Estos precios tienen vigencia de 1 mes, desde la fecha de cotización descrita.

OBSERVACIONES

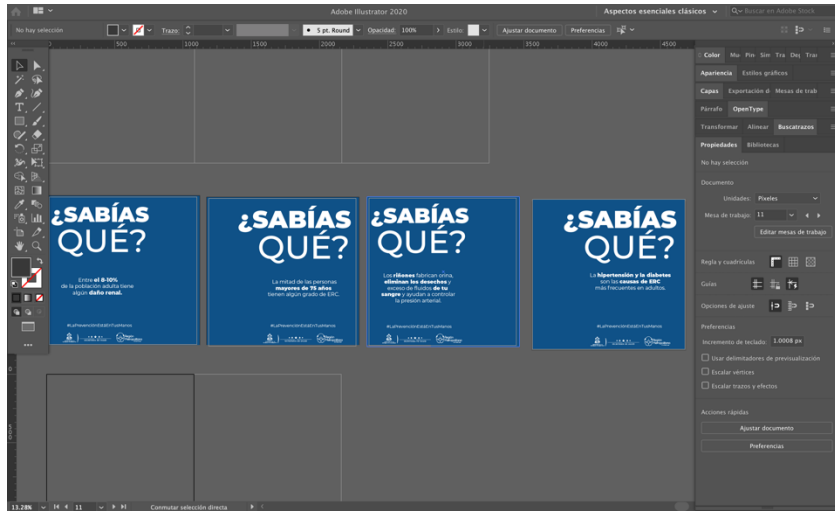
Pago Único:  
El pago se deberá realizarse al finalizar el trabajo mediante transferencia bancaria o en efectivo.

Comentario:  
Nos reservamos todos los derechos del contenido grafico propuesto hasta el momento de ser aprobada la propuesta.

  
**ANDREA PAZ**  
 GERENTE GENERAL

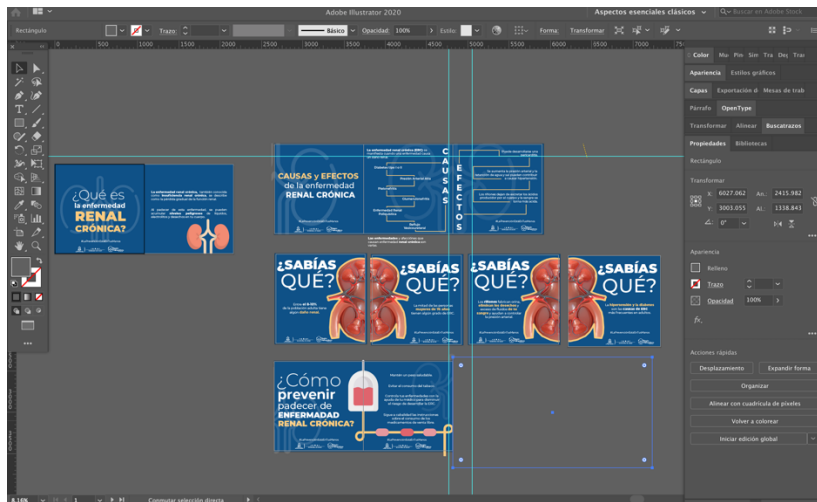
**Anexo 24. Cotización Andrea Paz**

Fuente: Andrea Paz [2021]



### Anexo 25. Proceso de Creación Campaña ERC.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



### Anexo 26. Campaña ERC.

Fuente: Elaboración Propia [2020]



## Anexo 27. Artes campaña ECR.

Fuente: Elaboración Propia [2020]