

Ing. Rolando Kattan
Comisionado Presidente
Junta Interventora RNP
Proyecto Identifícate

A continuación presento para su validación y aprobación ante el PNUD las actividades concernientes a mis labores como Consultor Gerencial en el área de estrategia y comunicación, correspondiente al mes de noviembre.

INFORME MENSUAL DE TRABAJO

PROYECTO IDENTIFÍCATE

01/11/2019 – 18/12/2019

RESUMEN DEL PROYECTO

FECHA DEL INFORME	NOMBRE DEL PROYECTO	PREPARADO POR
18-12-2010	IDENTIFÍCATE	Juan José Romaña Ramos

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

ACTIVIDAD	% HECHO
Presentación a comisionados	FINALIZADO
Sugerencias y directrices del Comisionado Presidente	FINALIZADO
Inducción con los tres comisionados, presentación de plan de trabajo sugerido, campaña de expectativa y organigrama del área	FINALIZADO
Inducción del área Edificio Villatoro	FINALIZADO
Presentación al área de prensa RNP	FINALIZADO
Socialización con el área de prensa RNP, análisis de procesos de abordaje en el área de relaciones públicas	60%

RNP

PROPUESTA PARA SERVICIOS

En esta propuesta pretendemos la implementación del área de creación, diseño, propuesta de campañas, seguimiento campañas y pauta publicitaria en medios de comunicación, contando con toda la tecnología de un estudio moderno con sus respectivas áreas de trabajo y operación, que permita la innovación para influir y motivar a la población Hondureña con cada campaña a obtener su identificación personal.



Identificación



INFORMACIÓN GENERAL

Encontraremos en esta propuesta el diseño, elaboración y creación de un área creativa moderna, contando con todos los requerimientos y necesidades técnicas, evaluando 3 niveles de costos de equipos, costos de importación, consultoría a proveedores nacionales e internacionales, capacitaciones, viáticos y transporte si es requerido movilizarse dentro o fuera del país.



EL OBJETIVO

Ser la organización líder en la región, logrando el objetivo principal: motivar a toda la nación a que se avoque a solicitar su nuevo documento de identificación.

Lo que nos permita ser:

- Innovadores
- Pioneros
- Influyentes
- Admirados en el área



NUESTRA PROPUESTA

Hemos planificado 8 fases primarias de ejecución en esta propuesta, las que consisten en:



FASE 1:

Planificación, planeación y presentación del proyecto, planteamiento de necesidades y recursos técnicos y mobiliario, papelería y útiles de oficina.





FASE 2:

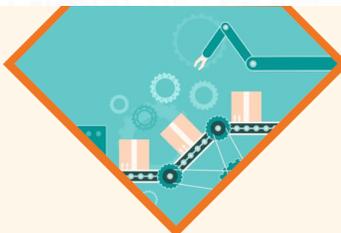
Discusión y aprobación, ejecución del proyecto, alterno diseño de la primera campaña para radio, TV y redes sociales.



FASE 3:

Construcción del área de trabajo a operar, supervisión, realización, ensamblado y decorado.





FASE 4:

Ejecución de la campaña en su primera fase, edición y producción de imagen, Publicidad, Marketing y Creación de pauta sectorizada según presupuesto.



FASE 5:

- Elaboración de estructura operacional por departamento
- Dirección y producción general
- Productor de campo
- Marketing
- Diseño (diseñadores gráficos)
- Audio
- Iluminación
- Cámaras
- Floor Manager o asistente de campo
- Equipo de asistencia y producción





FASE 6:

Reclutamiento por parte de PNUD, según
requerimientos de las distintas áreas
Capacitación de personal
Pruebas generales



FASE 7:

Operación de equipo





FASE 8:

Mantenimiento, actualización, creación y soporte en ejecución de cada campaña durante los meses siguientes.



ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

1.- Nuestra estrategia de ejecución incorpora técnicas probadas mediante el reclutamiento de personal altamente calificado, según requerimientos de cada área, **pero dependemos del tiempo de aprobación de compra de los equipos**, lo anterior en base a que estos no están disponibles en el mercado y deberán en su mayoría importarse.

2.- Como una segunda opción para agilizar el proceso, contratar los servicios de soporte de agencia de publicidad sugerida y una productora, bajo la dirección y supervisión del suscrito.





MÉTODO TÉCNICO DE PROYECTO

Este proyecto deberá contar con la dirección, construcción y asesoría de profesionales en las distintas áreas (obra gris, ductería, electricidad, rack técnicos, cableado, distribución, modelado y decorado (diseño estructural, iluminación y ambientación)).



RECURSOS

Sala Master de video edición óptimos:

- 6 computadoras para edición
- 12 monitores para islas de edición
- 10 audífonos
- 10 video cámaras para coberturas con sus accesorios
- 10 trípodes de cámara
- 20 baterías de cámaras
- 20 cargadores de baterías de cámaras
- 10 micrófonos inalámbricos
- 10 luces portátiles de cámara
- 10 baterías de cámara
- 10 cargadores de baterías de luces portátiles
- 2 kit de luces portátiles
- 6 micrófonos levalier
- Parlantes, cableado para equipos y accesorios para monitoreo
- Protectores de voltaje según requerimientos



OPCIÓN 2

De no realizar coberturas en campo y documentación para web, solo se comprará:

- Una cámara profesional con lentes intercambiables
- Trípode profesional
- Baterías y accesorios
- 2 micrófonos inalámbricos
- 2 kit de luces portátiles



CONTROL DE AUDIO O AUDIO ROOM:

- Consola de 12 canales digital
- Computadora para edición de audio según especificaciones técnicas
- 2 micrófonos profesionales, modelo opcional
- 2 pedestales de pie
- 2 audífonos
- Cables y conectores
- Interface con programa Pro Tools actualizado
- Monitoras de audio
- Dos monitoras de video
- UPS para protección de equipo
- Centro aislado a prueba de sonido externo



ÁREA ESTUDIO:

- Pantalla verde para cromar
- 3 Kit de luces para estudio
- Cuadrante Truss para soporte de telas y luces

MOBILIARIO:

- Mesas para empotrado de equipo según diseño
- Sillas de acorde a la cantidad de equipo a operar
- Ducteria
- Pasa cables
- Sistema eléctrico contando con protector de voltaje o UPS de protección de equipos.
- Vehículo asignado para coberturas, grabaciones en exteriores y otras actividades del área.



CONTROL DE DISEÑO GRÁFICO:

- Control de edición y diseño:
 - 1) Computadora de edición y post producción con todos sus accesorios y Software Adobe Premier.
 - 2) Computadora de diseño con programa 3DMAX.

Éstas computadoras deberán tener DUAL MONITOR.





1) Otra opción es contratar el personal requerido por evento o grabación según requerimientos y especificaciones de la producción, similar presentadores, modelos y talento cuando sea necesario

2) Adicional se deberá crear un Jingle pegajoso que nos incite según la campaña a participar e identificarse.

3) Se requiere logo en editable con:

- Pantones
- Tipografía
- Línea grafica general del RNP



Modelo básico del departamento de imagen corporativa o In-House Agency





ENTREGAS DEL PROYECTO

La entrega de este proyecto estaría prevista según autorización, aprobación de campaña y la venia de presupuesto.

ESCALA DE TIEMPO PARA EJECUCIÓN

Dependerá de la aprobación de presupuesto y la inmediatez del desembolso por parte del PNUD, para la compra en el exterior de estos equipos previa autorización de la dirección.

De acorde a lo conversado, esta presentación inicial deberá ser sociabilizada y discutida con el director de proyecto, Ing. Martín Quan y su equipo de trabajo.

Será importante revisar y analizar los avances logrados por el Lic. Ricardo Martínez, nombrado jefe del área de comunicaciones, para consolidar un segundo documento que deberá ser presentado a la dirección y a la comisión para su aprobación.

PENDIENTE

1. La implementación del área de trabajo requerida.
2. Adquisición de materiales necesarios e insumos para el área.
3. Asesorar y supervisar la agencia de publicidad.
4. Asesorar y supervisar contratación de productora según requerimientos técnicos, servicios y beneficios prestados.

FALTA

1. Contratación de personal según requerimientos.
2. Asignación de espacio físico para laborar.
3. Herramientas de trabajo.
4. Asignación del área de parqueo en el edificio.

En espera de sus comentarios y sugerencias.

Atentamente,

Juan José Romaña

Asesor Gerencial en Comunicación y Estrategia

cc:PNUD / arch.