



# MEL CALDERÓN

## MARKETING Y DESARROLLO WEB

### INFORMACIÓN

E-MAIL  
URMELVIN@GMAIL.COM

TEL  
+52 1712 179 6941

PORTAFOLIO  
WWW.MELCALDERON.COM/PORTAFOLIO.HTML

LIN LINKEDIN  
+52 1712 179 6941

DIRECCIÓN  
SANTA MARÍA ENDAÑÉ, JOC.  
MEX., CP 50737.

### SKILLS

BOOTSTRAP 80%

HTML5 87%

CSS3 83%

JS 50%

XD 98%

FIGMA 98%

SKETCH 90%

WORDPRESS & BUILDERS 93%

WOOCOMMERCE 93%

MYSQL 20%

PHP 15%

CONTENT MARKETING, CONTENT FOR B2B 70%

### SOBRE MI

UTILIZO LAS HERRAMIENTAS Y SOFTWARES PARA EL CORRECTO Y PROFESIONAL DESEMPEÑO EN DISEÑO WEB Y DESARROLLO WEB, UX/UI DESIGN Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL.

VER CV ONLINE:  
<https://melcalderon.com/personal.html>

### EDUCACIÓN

2012 - 2018

FACULTAD DE ARTES UAEMEX.  
& LIC. EN ARTE DIGITAL

ESPECIALIDAD EN ANIMACIÓN.

EXPERIENCIA VISUAL EN FOTOGRAFÍA, ROTOSCOPIA, ANIMACIÓN 2D.

2020 | 2022

ESTOY CERTIFICADO EN

WEB CERTIFICADOS EN  
<https://melcalderon.com/personal.html>

POSICIONAMIENTO SEO | DISEÑO WEB HTML Y CSS | MÁSTER EN UX | DISEÑO UX/UI - FIGMA 2023 | SCRUM MASTER | DESIGN THINKING | DIPLOMADO EN MARKETING POLÍTICO | DESARROLLO WORDPRESS | MARKETING DIGITAL B2B | NEUROMARKETING DIGITAL APLICADO AL MARKETING DIGITAL | CONTENT MARKETING, CONTENT FOR B2B, CONTENT PLAN | DESARROLLO WORDPRESS WOOCOMMERCE.

### AUTOIDOCATA

CURSOS ONLINE SOBRE TÉCNICA Y NUEVAS HERRAMIENTAS DE TENDENCIAS EN DISEÑO, DESARROLLO WEB Y MARKETING. EMPLEADO EN ADQUIRIR E INTERPRETAR NUEVOS CONOCIMIENTOS PARA MEJORAR MIS HABILIDADES PROFESIONALES Y COMO SER HUMANO.

2009 - 2012

ESCUELA PREPARATORIA  
OFICIAL. 60

BACHILLERATO GENERAL.

### EXPERIENCIA LABORAL

JUN 2021 - ACTUAL

DESARROLLADOR WEB Y  
DISEÑADOR WEB UI/UX

MARKETING PARA MÉDICOS Y SOLUCIONES EJECUTIVAS | T. COMPLETO | REMOTO / ACTUAL FREELANCE

| DESARROLLO Y DISEÑO WEB EN WORDPRESS CON (DIVI Y ELEMENTOR) PARA DISTINTOS FINES, YA SEA LANDING PAGES DE CONTACTO E INBOUND, DESARROLLO DE DIRECTORIOS WEB, ECOMMERCE, PÁGINAS DE HOSPEDAJE Y APP WEB.

| DESARROLLO Y DISEÑO WEB EN BOOTSTRAP, HTML5, CSS3, PHP Y JS. PARA LANDING PAGES, DIRECTORIO DE MÉDICOS Y PÁGINAS WEB DE CLIENTES CON LA CAPACIDAD PARA ANALIZAR EL RENDIMIENTO TÉCNICO DEL SITIO WEB Y LUEGO IDENTIFICAR E IMPLEMENTAR SOLUCIONES TÉCNICAS Y VISUALES. MANEJO DE LAS BASES DE DATOS, ACCESO AL PANEL DE LOS HOSTINGS, SOLUCIONES ANTE PROBLEMAS DE DOMINIOS, SSL, CONEXIÓN MYSQL Y OTROS ASPECTOS TÉCNICOS TANTO DE CÓDIGO Y ESTILO COMO DE REQUERIMIENTOS EJECUTIVOS.

| COMO UI, EMPLEANDO METODOLOGÍAS EN DESIGN THINKING, DESIGN SPRINT, DOBLE DIAMANTE Y SPRINT 2.0, DEFINÍ Y CREE PALETAS DE COLORES, TIPOGRAFÍAS, FUENTES Y JERARQUÍAS TIPOGRÁFICAS, QUE SE AJUSTARON AL BRANDING DE LOS CLIENTES, DE LA PROPIA EMPRESA O DE LOS PRODUCTOS DIGITALES, USUQUE PRINCIPALES DE LA DESTALTY Y PATRONES DE DISEÑO PARA COMPRENDER COMO LOS USUARIOS PERCIPIEN EL DISEÑO, CONOCIMIENTO DE REGLAS Y ORGANIZACIÓN DE ELEMENTOS EN PANTALLAS, DISEÑO DE SERIALES, ÍCONOS, BOTONES Y ELEMENTOS DE INTERACCIÓN PARA USUARIOS, COMPRENSIÓN DE HALLAZGOS Y DATOS DE LA INVESTIGACIÓN UX, CULTURA VISUAL Y CRITERIO ESTÉTICO PARA LA SELECCIÓN DE CONTENIDOS GRÁFICOS A INCORPORAR EN UNA UI, Y MAQUETACIÓN Y PROTOTIPADO DE INTERFACES EN PROGRAMAS COMO ADOBE XD, FIGMA, SKETCH, INVISION.

| COMO UX, IMPLEMENTE DISEÑOS COMPATIBLES ENTRE PLATAFORMAS QUE PUEDESEN ESCALAR EFICIENTEMENTE AL MOMENTO DE MOSTRAR DATOS PESADOS O DENSDOS, REUNIR Y EVALUAR LOS REQUISITOS DE DISEÑOS UX EN COLABORACIÓN CON EL CEO, CLIENTES Y OTRAS ÁREAS, ILUSTRAR LAS IDEAS DE DISEÑO MEDIANTE GUIONES GRÁFICOS, FLUJOS DE PROCESOS Y MAPAS DE SITIO.

| MARKETING DIGITAL: POSICIONAMIENTO SEO MEDIANTE MANEJO DE GOOGLE SEARCH CONSOLE, GOOGLE TAG MANAGER, G. ANALYTICS, SITEMAPS, REDACCIÓN, LEGIBILIDAD, MENÚ, METAS, KEYWORDS ETC. VOAST Y RANKING COACH.

| ANÁLISIS DE INFORMACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LANDING PAGES PARA CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO SEM EN GOOGLE ADS.

| CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD EN FB.

| DISEÑO MULTIMEDIA (GRÁFICO Y DIGITAL): BANNERS, COMMUNITY MANNAGER, EDICIÓN DE VÍDEO, LOGOTIPOS Y ETC.).

| LECTURA DE MÉTRICAS Y TOMA DE DECISIONES PARA Y ESTRUCTURA DE INFORMACIÓN PARA CAMPAÑAS EN MARKETING, FIDELIZACIÓN E INBOUND MARKETING.

| LECTURA E IMPLEMENTACIÓN DE KPI'S DE CAMPAÑAS PARA MEJORAR LA EFICACIA DE LAS CAMPAÑAS.

| OTROS TRABAJOS EN DISEÑO GRÁFICO Y COMMUNITY MANNAGER, (CREACIÓN DE LOGOS, BRANDING, RETOQUE FOTOGRÁFICO Y ETC.)

SEMRUSH 87%

GOOGLE SEARCH CONSOLE 85%

GOOGLE ANALYTICS 90%

SEO 87%

ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN 98%

EMAILING (MAILERLITE, M.CHIMP, S.BLUE) 90%

AHREFS 90%

A. PHOTOSHOP 85%

A. ILLUSTRATOR 80%

A. AFTER EFFECTS 70%

GOOGLE TAG MANAGER 95%

AGO 2021 - OCT 2022

DIRECTOR DE MARKETING DIGITAL  
Y DESARROLLO WEB UX/UI

PRODUCCIONES JHENUAMN ENTERTAINMENT | T.COMPLETO | REMOTO

- DESARROLLAR UI: REALICE INVESTIGACIONES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DE USUARIOS, DÉTERMINE LA ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS DIGITALES, TOMÉ LOS REQUERIMIENTOS DE LOS PROYECTOS Y PRESENTE SOLUCIONES/MEJoras PARA BRINDAR LA EXPERIENCIA DESEADA, DISEÑE FLUJOS DE USUARIO Y WIREFRAMES, CREE PROTOTIPOS DE DISEÑO DE INTERFAZ DE USUARIO, DISEÑO VISUAL, INVESTIGACIÓN Y USABILIDAD PARA SITIOS DE CLIENTES, COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DE HALLAZGOS, NUEVAS PROPUESTAS Y NECESIDADES DE USABILIDAD, UNA VEZ TERMINADO TODOS LOS PROCESOS DE DISEÑO PASABAN A DESARROLLO Y PRODUCCIÓN QUE IGUAL ME ENCARGABA DE REALIZAR.
- COMO UX TIVE LA RESPONSABILIDAD EN GARANTIZAR QUE TODO FLUYESE, PASO A PASO MEDIANTE LA LÓGICA, ANTE CUALQUIER PROBLEMA QUE SE DETECTÓ, VALORE LAS DISTINTAS ALTERNATIVAS QUE EL USUARIO PUEDIERA REALIZAR Y TOMÉ LAS DECISIONES OPORTUNAS.
- DESARROLLO DE TODOS LOS SITIOS WEB EN LA EMPRESA, TANTO SITIOS INSTITUCIONALES Y SITIOS DE CLIENTES, CREANDO PARA PERSONALES DE TALLER INTERNACIONAL COMO DR. WAGNER, Y LEGADO WARGES, SILVER KING, MIL MUERTES Y OTROS. TUBIERA MÁS EN WORDPRESS, ALGUNAS ECOMMERCE CON CAMPAÑAS PARA SU IDÓNEO FUNCIONAMIENTO, OTRAS HTML5 CON FRAMEWORKS Y MANEJO DE HOJAS DE ESTILO Y OTRAS LANDING PAGES PARA CAMPAÑAS. MANEJO DE LAS BASES DE DATOS, CONTROLÉ EL PANEL DE LOS HOSTINGS, SOLUCIONES ANTE PROBLEMAS DE DOMINIOS, SSL, CONEXIÓN MYSQL Y OTROS ASPECTOS TÉCNICOS TANTO TÉCNICOS COMO MANEJO DE PRESUPUESTOS WEB.
- DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL PARA MEDIOS DIGITALES, CAMPAÑAS CON OBJETIVOS FIJOS, PARA GENERACIÓN DE LEADS, VENTAS, COTIZACIONES E INCLUSIVE PARA DINÁMICAS B2B.
- LAS CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES CON ÉXITO EN CADA UNA DE ELLAS GENERARON, LEAD, LIKES, VENTAS, VISTAS Y GENERACIÓN DE CLIENTES.
- MANEJO, ADMINISTRACIÓN, CREACIÓN, CAMPAÑAS EN FB CON MÁS DE 400K SEGUIDORES, CREACIÓN DE FB DESDE CERO LLEGÁNDOLO HASTA SU MOMENTO CON MÁS DE 100K SEGUIDORES, LANZAMIENTO DE VÍDEOS CON MÁS DE 4M DE VISTAS, MENSAJES, SEGUIMIENTOS, FIDELIZACIÓN E INBOUND.
- LA CARTERA DE CLIENTES AUMENTÓ POR EL ÉXITO OBTENIDO EN MEDIOS DIGITALES, POR PUBLICACIONES DE PROMOCIONES, DINÁMICAS O VÍDEOS ESPECIALES CON VISTAS DE HASTA 2M DE PERSONAS.
- MARKETING DIGITAL CON EL ÓPTIMO FUNCIONAMIENTO DE LOS SITIOS WEB DE CLIENTES: POSICIONAMIENTO SEO ON PAGE Y OFF PAGE, SEO TÉCNICO MEDIANTE MANEJO DE GOOGLE SEARCH CONSOLE, GOOGLE TAG MANAGER, G. ANALYTICS, SITEMAPS, REDACCIÓN, LEGIBILIDAD, MENÚ, METAS, KEYWORDS, BLOGS, ROBOTS, SITEMAPS, SEMRUSH Y AHREFS.
- ANÁLISIS DE INFORMACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DEL LANDING PAGES PARA CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO SEM EN GOOGLE ADS.
- DISEÑO MULTIMEDIA (GRÁFICO Y DIGITAL, BANNERS, COMMUNITY MANAGER, EDICIÓN DE VÍDEO, LOGOTIPOS Y ETC.).
- LECTURA DE MÉTRICAS Y TOMA DE DECISIONES PARA LA ESTRUCTURA DE INFORMACIÓN PARA CAMPAÑAS EN MARKETING, FIDELIZACIÓN E INBOUND MARKETING.
- DESARROLLO DE PLANTILLAS DE EMAIL, MARKETING CON CÓDIGO PROPIO EN HTML5, OPTIMIZADOS CON SENDINGBLUE Y MAILCHIMP.
- OTROS TRABAJOS EN DISEÑO GRÁFICO, (CREACIÓN DE LOGOS, BRANDING, RETOQUE FOTOGRÁFICO Y ETC.)

DIC 2020 - JUN 2021

MARKETING DIGITAL POLÍTICO, IMAGEN  
PÚBLICA Y ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

LORENA CARREOLA CANDIDATA A PRESIDENTA MUNICIPAL JOCOTITLÁN 2021 | TRABAJO TEMPORAL

- DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL PARA MEDIOS DIGITALES, CAMPAÑAS CON OBJETIVO SOCIAL, PARA GENERACIÓN DE LEADS, EMPATÍA, FIDELIZACIÓN DE VOTOS.
- DISEÑO Y ESTRUCTURA DE IDEOLOGÍA DE CAMPAÑA BASADA EN LA FENOMENOLOGÍA SOCIAL PARA SOBRESALIR SOBRE OTROS CANDIDATOS, (COMENZANDO EN EL PUESTO 10 Y TERMINANDO CAMPAÑA EN EL PUESTO 3-4).
- DIRECTOR DE COMMUNITY MANAGER, SUPERVISIÓN DEL CONTENIDO VISUAL Y COPIES DE PUBLICACIONES APEGADAS A LA IDEOLOGÍA DE CAMPAÑA.
- DIRECTOR DE VIDEO Y GUIONISMO DE SPOTS DE CAMPAÑA.
- PRODUCTOR Y EDITOR DE VIDEO.
- SUPERVISOR DE COMUNICACIÓN DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA Y DISCURSOS POLÍTICOS,
- DISEÑO GRÁFICO Y BRANDING.

AGO 2020 - OCT 2020

DISENADOR MULTIMEDIA,  
Y MARKETING

SOLARES PLATINO | TIEMPO COMPLETO

- PARA PONER DESARROLLAR LOS SITIOS WEB ENCARGADOS EN LA EMPRESA, GESTIONÉ INVESTIGACIONES UX RESPECTO A COMPORTAMIENTOS Y ANÁLISIS DEMOGRÁFICOS PARA DISEÑAR LA ESTRUCTURA DE INFORMACIÓN Y FLUJOS DE USABILIDAD, MEDIANTE MIS CONOCIMIENTOS EN UX INVESTIGUE TENDENCIAS DE DISEÑOS PARA SITIOS WEB LOCALES, COMPRENDI EL BRANDING DE LOS PRODUCTOS Y PROTOTIPE PARA POSTERIORMENTE DESARROLLAR LOS SITIOS EMPLEANDO ADOBE XD Y BALSAMIC.
- REDESIGN (UX/UI) RESPONSIVO, DESARROLLO DESDE 0 DE 4 VIEJAS PÁGINAS MEDIANTE WORDPRESS, CSS3, HTML5 Y JAVA SCRIPT.
- DISEÑO DE BRIEF Y CONCEPTUALIZACIÓN DE BRANDING DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA CON EL APOYO DE SOFTWARE COMO PS Y AI.
- COLABORANDO CON LA JEFA DE MARKETING, CONSEGUIMOS REALIZAR CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO EN REDES SOCIALES, SE UTILIZARON VÍDEOS, PUBLICACIONES, FOTOS, DISEÑO PUBLICITARIO Y COMUNICACIÓN COMERCIAL.
- COMO UN PLUS, AYUDÉ A REDACTAR COMUNICADOS, Y OTROS TEXTOS QUE NECESITABAN DE UNA BUENA ESTRUCTURA ORTOGRÁFICA Y ESTILO.
- PARA EL LANZAMIENTO DE LAS PÁGINAS WEB CON CATÁLOGOS DE PRODUCTOS, REALIZAMOS UNA SESIÓN FOTOGRÁFICA DE TODOS, ASIMISMO EDITÉ, Y OPTIMICÉ SU USO PARA WEB, ASIMISMO DEJÁNDOLAS EDITABLES PARA OTRAS FUNCIONES, POR EJEMPLO: REDES, GRÁFICOS, PUBLICIDAD.

NOV 2019 - AGO 2020

DISENADOR MULTIMEDIA,  
Y ENCARGADO MARKETING

ILUMINACIÓN LEDSBESOLAR | TIEMPO COMPLETO

- COMO UI DEFINÍ EL PROTOTIPO DE USUARIO, FOTO PERSONA O BUYER PERSONA PARA TENER CLARO CUÁLES ERAN LOS TARGET DE LA EMPRESA CON INVESTIGACIÓN SOCIOLOGICA, DÉTERMINE EL MODELO DE INTERACCIÓN Y A LA VEZ COMPARAR SU EFICACIA, DISEÑE WIREFRAMES DE LA TIENDA ONLINE, Y ESTUVERA NORMAL EN LOS QUE APARECEN REFLEJAN SU ESTRUCTURA DE MANEJO SIMPLE, CONJUNTO A LA PERFECCIÓN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y DE LA EXPERIENCIA CON EL QUE INTERACTÚA AHORA LOS USUARIOS, COMBINÉ LA UX CON LA UI CUIDANDO CUESTIONES DE BRANDING COMO LA TIPOGRAFÍA O LOS COLORES EMPLEADOS O INCLUSO LA ERGONOMÍA, PROTOTIPE EL SITIO CUIDANDO TODOS LOS DETALLES ANTES MENCIONADOS EMPLEANDO SOFTWARES DE DISEÑO UI/UX POSTERIOR A LOS USUARIOS A LOS QUE SE DISEÑARON LOS PRODUCTOS DE LA TIENDA EN LÍNEA, TAMBIÉN DEFINÍ LOS PASOS A REALIZAR DEL USUARIO PARA CONCRETAR CERTAS ACCIONES DENTRO DE LA PLATAFORMA, ENTENDER AL USUARIO A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN Y LA INTERACCIÓN DE LAS PROPUESTAS, COORDINÉ LAS INVESTIGACIONES, LAS PRUEBAS DE USABILIDAD E HICE UNA RECOLECCIÓN DE DATOS Y COMENTARIOS DE LOS USUARIOS. CREÉ LOS PERFILES DE LOS USUARIOS DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN RECAUDADA PARA QUE LOS DEMÁS COLABORADORES TENGAN ACCESO A LOS MISMOS DATOS Y LLEVEN UNA MISMA LÍNEA DE TRABAJO Y TRADUJE LOS CONCEPTOS DE USUARIOS PARA POSTERIORMENTE COMENZAR A REALIZAR EL UI.
- RENOVÉ LA PÁGINA OFICIAL DE ECOMMERCE, DE PRESTASHOP A WORDPRESS CON AJUSTES HTML5 Y CSS3, EN CONJUNTO CON EL COORDINADOR DE VENTAS Y DIRECCIÓN GENERAL, RETORNAMOS A METODOLOGÍA DESIGN THINKING PARA QUE LA PÁGINA FUESE UN PROYECTO EN EL QUE TODAS LAS ÁREAS PARTICIPABAN, EL TIEMPO DE DESARROLLO ESTUVO ACOMPAÑADO CON EJERCICIOS DE CAMPO, VENTAS EN MOSTRADOR PARA COMPRENDER EL FUNCIONAMIENTO DE UNA TIENDA NORMAL, UNA VEZ

TERMINADA LA TIENDA Y DISPONIBLE AL PÚBLICO, DESARROLLÉ NUEVAS ESTRATEGIAS WEB, MANTENIMIENTO DE LA MISMA Y CORRECCIÓN DE NUEVOS BUGS, MAQUETADOS Y HOJAS DE ESTILOS CSS Y SCSS.

COMO FUE UNA ECOMMERCE, LAS ÁREAS DE TRABAJO DE LA EMPRESA REQUERÍAN UNA TIENDA EN LÍNEA CON TODAS LAS CARACTERÍSTICAS QUE EL MERCADO DEMANDABA, POR ESO AGREGUE PASARELAS DE PAGOS, PASARELAS DE LOGÍSTICA, CATÁLOGOS DE PRODUCTOS INTERACTIVOS, INTEGRACIONES APPS CON PLATAFORMAS DE MARKETING (MAILCHIMP, G. ANALYTICS, G. SEARCH CONSOLE, G. ADS, Y MY BUSINESS), REDES SOCIALES Y OTRAS CARACTERÍSTICAS.

UNA VEZ TERMINADA LA CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO Y SU APERTURA AL MERCADO, TUVE LA FUNCIÓN DE ADMINISTRAR LA TIENDA EN LÍNEA, LANZAR ESTRATEGIAS DE MERCADO, SEGMENTACIONES, INTUICIONES, INQUIRING, SUSCRIPCIONES, POSICIONAMIENTO SEO Y ESTRATEGIAS DE SEM.

LA GESTIÓN EN REDES SOCIALES ERA PRIMORDIAL PARA LA EMPRESA, POR ESO SE REALIZARON PAUTAS DE REDES SOCIALES, RETOMAMOS PUBLICACIONES Y SE TRABAJÓ EN UN BRANDING (IDONEO PARA LA EMPRESA CON UN ESTRUCTO CRONOGRAMA DE HORARIOS Y CATEGORÍA DE PUBLICACIONES, YA SEAN IMÁGENES, DISEÑOS, FOTOS, FRASES, VIDEOS, ANIMACIONES Y DEMÁS QUE REALIZABA EN DISTINTOS PROGRAMAS DE EDICIÓN AUDIOVISUAL.

LANZAMIENTO DE DISEÑO DE PRODUCTOS Y ACTUALIZACIONES MEDIANTE PUBLICIDAD GRÁFICA (ESPECTACULARES, FLYERS, TRIPTICOS, BARRAS.)

JUN 2017 - NOV 2019

DISEÑADOR MULTIMEDIA DE MARKETING

ECONOMÉTRICA LAB | TIEMPO COMPLETO

PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE VÍDEOS ANIMADOS/MOTION GRAPHICS CON FINALIDAD DE LANZAMIENTO DE PROYECTOS TECNOLÓGICOS PARA INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y PRIVADAS COMO SAGARPA, FOMEX, BID, SEDAGRO, ASOCIACIONES Y LA MISMA EMPRESA, CUBRIENDO REDACCIÓN Y DISEÑO AUDIOVISUAL PARA QUE RESULTASE AMIGABLES PARA EL PÚBLICO EN GENERAL, EMPLEANDO HERRAMIENTAS TALES COMO PS, AI, AFTER EFFECTS, PREMIERE.

COLABORACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA EL DISEÑO DE BANNERS E INFOGRÁFICAS CON OBJETIVOS EN MARKETING DIGITAL Y COMMUNITY MANAGER.

EN EL DEPARTAMENTO DE DISEÑO TRABAJAMOS EN BRANDING DE LA EMPRESA Y BRANDING PARA LOS PROYECTOS LANZADOS CON OBJETIVOS EN VENTAS, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PUBLICIDAD GRÁFICA/DIGITAL.

COMO DISEÑADOR UI COLABORANDO CON EL ÁREA DE TECNOLOGÍA TUVE LA FUNCIÓN EN MAQUETADOS DE LANDING PAGES Y PROYECTOS TECNOLÓGICOS BOCETADOS EN BALISAMIC Y ADOBE XD E INCLUSIVE WORDPRESS EMPLEANDO METODOLOGÍAS DESIGN THINKING, SPRINT PARA EJECUTAR INVESTIGACIONES DE USUARIOS, ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN, FLUJOS DE USUARIO MEDIANTE WIREFRAMES, PROTOTIPOS, DISEÑO VISUAL, USABILIDAD PARA DISTINTOS SITIOS Y APPS MÓVILES, APPS WEB E INCLUSO CONCEPTUALIZACIÓN DE PROTOTIPOS EN POWER POINT QUE EL DEPARTAMENTO DE MARKETING REALIZABA CON FINES DEMOSTRATIVOS. ADÉMÁS DEL PRAGMATISMO PARA ADAPTARME A LOS PLAZOS, ASÍ COMO PARA SABER CUESTIONAR LAS TAREAS QUE HACÍA MAL O QUE HABÍA POR MEJORAR CON TAL DE ROMPER CUELLOS DE BOTELLA Y VISTOS BUENOS DE LOS PRODUCTOS DIGITALES, APPS, WEB Y SITIOS CORPORATIVOS.

COMO DESARROLLADOR WEB: DESARROLLO WEB HTML5, CSS3, JS, PHP, BOOTSTRAP PARA PROYECTOS FRONT END Y SITIOS INSTITUCIONALES ACTUALIZANDO DE ANTERGROS A RESPONSIOS CON ESPÉNDIDA USABILIDAD.

REDACCIÓN DE REPORTE BIMESTRALES DE MIS FUNCIONES QUE SE ENTREGABAN A LOS DISTINTOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON EL PROYECTO TRABAJADO.

OTROS TRABAJOS DE DISEÑO Y FOTOGRAFÍA (CASUALES)

NOV 2015 - ENE 2017

BECARIO EN DISEÑO

GRAPHEMAS | SERVICIO Y PRÁCTICAS PROFESIONALES

BRANDING INSTITUCIONAL, BRANDING DE PROYECTOS TECNOLÓGICOS DE LA EMPRESA.

GESTIÓN DE REDES SOCIALES MEDIANTE DISEÑO AUDIOVISUAL CON FINES EN MARKETING DIGITAL.

REDACCIÓN DE BLOGS DE LA AGENCIA CON TEMAS EN TECNOLOGÍA, DISEÑO, MARKETING Y TENDENCIAS DIGITALES.

RETOQUE FOTOGRAFICO PARA USO WEB Y COMMUNITY MANAGER EN ADOBE PHOTOSHOP Y ADOBE LIGHTROOM.

AGO 2014 - OCT 2015

DISEÑADOR GRÁFICO JR.

GRUPO MILEO | TIEMPO COMPLETO

BAJO LOS REQUERIMIENTOS DEL JEFE DE DISEÑO, COLABORÉ EN EL DISEÑO DE PÁGINAS PARA EL PERIÓDICO ABC EN COREL DRAW APTAS PARA SU PROCESO DE IMPRESIÓN.

ORGANIZACIÓN DE PLANTILLAS, REDACCIÓN, IMÁGENES, NOTAS, COLUMNAS.

ENCARGADO DE REVISIÓN Y CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA DEL CONTENIDO DEL PERIÓDICO.

DESPUÉS DE UN TIEMPO FUÍ SELECCIONADO COMO SUPERVISOR DE DISEÑO DE ALGUNAS SECCIONES DEL PERIÓDICO, SOBRESALEN LA CONTRAPORTADA Y LA SECCIÓN DE PUBLICIDAD.

## EXPERIENCIA POLÍTICA

DIC 2020 - JUN 2021

CANDIDATO A SUPLENTE DE SÍNDICO  
EN PLANILLA LORENA CARREOLA

LORENA CARREOLA CANDIDATA A PRESIDENTA MUNICIPAL | JOCOTITLÁN 2021

TUVE LA DICH DE SER CANDIDATO A SUPLENTE DE SINDICATURA EN LA PLANILLA DE LA LIC. LORENA CARREOLA EN EL PARTIDO FUERZAXMÉXICO, HUBIERON CAMBIOS PUES DECIDIMOS UNIRNOS A LA CANDIDATA ARELI HERNANDEZ DEL PAN, NUESTROS OBJETIVOS FUERON ÉTICOS Y HUMANOS YA QUE EL PARTIDO NO NOS BRINDÓ SUBSIDIO ECONÓMICO POR LO QUE NOS GASTOS DE CAMPAÑA CORRIERON POR NUESTRA PARTE INVIRTIENDO DE NUESTRA BOLSA.

NO GANAMOS LA CANDIDATURA, PERO GANAMOS DESVALIADADA EXPERIENCIA Y CISAS APRENDIDAS, AMIGOS, Y SOBRE TODO NOS LLEVAMOS TODO LO QUE LA GENTE Y CIUDADANOS JOCOTITLENSES NOS DIERON DURANTE EL TOQUE DE PUERTAS Y CAMPAÑA PARA QUE EN EL TRANSCURSO DE LOS AÑOS NOS SIGAMOS LABORANDO POLÍTICAMENTE HABLANDO PORQUE NUESTRO OBJETIVO SIEMPRE SEÑAL AYUDAR.