

EA&D

**IN
FOR
ME**

**PROYECTO
DE GRADUACIÓN**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

VINCULACIÓN CDE MIPYMES

SUSTENTADO POR:

JOAQUIN ALEJANDRO NODARSE RISHMAWY

11641243

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

PUBLICITARIA

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE, 2021

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2021

JOAQUIN ALEJANDRO NODARSE RISHMAWY

Todos los derechos son reservados.

Agradecimiento

Agradezco a la Institución Público-Privada-Académica Centro de Desarrollo Empresarial MiPymes Valle de Sula por la oportunidad de realizar en conjunto dicho proyecto de graduación / vinculación valioso para la sociedad. Un agradecimiento a los jefes inmediatos durante mi tiempo en CDE Mipymes Maria Fernanda, Jorge Osorio y Rodolfo Molina. Quienes mostraron su bien hacer por los emprendedores hondureños y guiaron mis pasos en esta etapa de crecimiento profesional. Un agradecimiento de igual manera a Greacy Pineda, coordinadora de carrera quien facilitó y apoyó en todo el proceso de proyecto de graduación como estudiante de Unitec.

Dedicatoria

A mi padre Joaquin Nodarse Banegas por sus constantes ánimos y apoyo en todo proyecto y tarea que tuve durante mis estudios. A mi madre Leyla Patricia Rishmawy Osorio quien sin sus exigencias no hubiera logrado cumplir las metas propuestas. A mi abuela Vilma Gladys Osorio Bautista sin quien su amplio conocimiento y experiencias no hubiera desarrollado mi intelecto junto a las enseñanzas de la universidad.

Resumen

El presente informe consta del desarrollo de un proyecto de graduación con el fin de brindar productos audiovisuales a CDE MIPYME VS, debido a que estos no cuentan con el suficiente personal calificado y equipo de grabación necesaria. Estos realizaron el lanzamiento comercial de su nueva plataforma Contact, una página de comercio en línea para emprendedores. Se les apoyó desarrollando múltiples videos como, casos de éxito con emprendedores, tutoriales animados, promocionales, boca a boca. Al igual que se elaboró una lista de contactos claves de medios comunicación para facilitar la divulgación de esta nueva plataforma con los medios de más relevancia en el país. Se recibió apoyo directo del departamento de Gerencia, Comunicación, y Mercadeo del CDE MIPYME VS. Se establecieron los criterios y objetivos que se buscaban alcanzar con estos videos, bajo la revisión de Lic. Maria Fernanda, Lic. Jorge Osorio, Lic. Rodolfo Molina, y el Ing. Irvin Cubas. Se aplicaron metodologías de lluvia de ideas, diagramas de Gantt, sketch audiovisuales, al igual que los procesos de pre, pro y post producción. CDE MIPYME VS contará con un portafolio completo de videos cumpliendo con las necesidades encontradas, y así garantizar un cumplimiento de los objetivos establecidos por el equipo trabajo y la realización de este informe.

Índice de Contenido

<i>Agradecimiento</i>	<i>VIII</i>
<i>Dedicatoria</i>	<i>IX</i>
<i>Resumen</i>	<i>X</i>
Capítulo I. Planteamiento del Problema	2
1. Antecedentes	2
2. Definición del Problema	2
3. Preguntas de Investigación	2
4. Objetivos de la Investigación	3
1. Objetivo General	3
2. Objetivos Específicos	3
5. Justificación de la Investigación	3
Capítulo II. Estado de la Cuestión	5
2.1 Marco Conceptual	5
2.2 Marco Contextual	15
Capítulo III. Metodología de la Investigación	29
3.1 Enfoque, Diseño y Alcance	29
3.2 Población y Muestra	32
3.3 Métodos y Técnicas de Investigación	33
Capítulo IV. Resultados de la Investigación	36
Capítulo V. Aplicabilidad	40
5.1 Nombre y Objetivos de la Propuesta de Aplicabilidad	40
5.2 Estrategia Metodológica Implementada	41
5.3 Desarrollo de la Propuesta de Aplicabilidad	45
En la quinta etapa, teniendo ya aprobadas visualizaciones de las tomas, ángulos, segmentos y distribución con tiempos se procedió agendar día, hora y colaboradores que apoyarían en la grabación en las instalaciones del CDE MIPYME VS. Se decidió grabar un sábado de 8-12 pm y los entrevistados fueron asignados por la institución, todos directores de sus áreas.....	65
5.4 Cronograma de Desarrollo y de Implementación	78
5.5 Presupuesto Requerido	80
Si el CDE desea promocionar los videos desarrollados como campañas publicitarias este tiene varias puertas disponibles y aquí si se vuelve una inversión real de mercadeo y publicidad. ...	82
5.6 Indicadores de Evaluación de la Propuesta	82
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones	87
6.2 Recomendaciones	88
<i>Bibliografía</i>	<i>92</i>
<i>Glosario</i>	<i>96</i>

Índice de Figuras e Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 - TABLA DE CDEs.....	7
ILUSTRACIÓN 2 - TABLA DE CDEs.....	6
ILUSTRACIÓN 3 - RUTA ATENCION AL EMPRENDEDOR.....	10
ILUSTRACIÓN 4 - CONGRESO NACIONAL.....	11
ILUSTRACIÓN 5 - ESTADÍSTICAS MIPYMES.....	12
ILUSTRACIÓN 6 - ESTADÍSTICAS MIPYMES.....	12
ILUSTRACIÓN 7 - COMERCIO EN LÍNEA.....	14
ILUSTRACIÓN 8 - OFICINAS CDE SAN PEDRO SULA.....	17
ILUSTRACIÓN 9 - SALA JUNTAS CDE SAN PEDRO SULA.....	18
ILUSTRACIÓN 10 - EXPOSICIÓN CDE.....	19
ILUSTRACIÓN 11 - ECOSISTEMA FINTECH HONDURAS.....	21
ILUSTRACIÓN 12 - TIPOS DE COMERCIO ELECTRONICO.....	22
ILUSTRACIÓN 13 - DIGITALIZACIÓN DE MIPYMES.....	23
ILUSTRACIÓN 14 - EXPOSICIÓN APHA.....	25
ILUSTRACIÓN 15 - RADIOS DE HONDURAS.....	26
ILUSTRACIÓN 16 - CANALES DE TV HONDURAS.....	27
ILUSTRACIÓN 17 - VALLE DE SULA.....	31
ILUSTRACIÓN 18 - MAPA VALLE DE SULA.....	32
ILUSTRACIÓN 19 - CDE MIPYME VS.....	45
ILUSTRACIÓN 20 - CDE MIPYME VS.....	45
ILUSTRACIÓN 21 - LLUVIA DE IDEAS.....	46
ILUSTRACIÓN 22 - CRONOGRAMA DE GRABACION.....	47
ILUSTRACIÓN 23 - DIAGRAM DE GANTT.....	48
ILUSTRACIÓN 24 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	48
ILUSTRACIÓN 25 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	49
ILUSTRACIÓN 26 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	49
ILUSTRACIÓN 27 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	50
ILUSTRACIÓN 28 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	50

ILUSTRACIÓN 29 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	51
ILUSTRACIÓN 30 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	51
ILUSTRACIÓN 31 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	52
ILUSTRACIÓN 32 - CAPTURA DE VIDEO.....	53
ILUSTRACIÓN 33 - CAPTURA DE VIDEO.....	53
ILUSTRACIÓN 34 - CAPTURA DE VIDEO.....	54
ILUSTRACIÓN 35 - CAPTURA DE VIDEO.....	54
ILUSTRACIÓN 36 - CAPTURA DE VIDEO.....	55
ILUSTRACIÓN 37 - CAPTURA DE VIDEO.....	55
ILUSTRACIÓN 38 - CAPTURA DE VIDEO.....	56
ILUSTRACIÓN 39 - CAPTURA DE VIDEO.....	56
ILUSTRACIÓN 40 - CAPTURA DE EDICION.....	57
ILUSTRACIÓN 41 - CAPTURA DE EDICION.....	57
ILUSTRACIÓN 42 - CAPTURA DE EDICION.....	58
ILUSTRACIÓN 43 - CAPTURA DE EDICION.....	58
ILUSTRACIÓN 44 - CAPTURA DE CONTACT.....	59
ILUSTRACIÓN 45 - CAPTURA DE CONTACT.....	59
ILUSTRACIÓN 46 - LLUVIA DE IDEAS.....	60
ILUSTRACIÓN 47 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	61
ILUSTRACIÓN 48 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	62
ILUSTRACIÓN 49 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	62
ILUSTRACIÓN 50 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	63
ILUSTRACIÓN 51 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	63
ILUSTRACIÓN 52 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	64
ILUSTRACIÓN 53 - SKETCH AUDIOVISUAL.....	64
ILUSTRACIÓN 54 - CAPTURA DE VIDEO.....	65
ILUSTRACIÓN 55 - CAPTURA DE VIDEO.....	66
ILUSTRACIÓN 56 - CAPTURA DE VIDEO.....	66
ILUSTRACIÓN 57 - CAPTURA DE VIDEO.....	67
ILUSTRACIÓN 58 - CAPTURA DE VIDEO.....	67
ILUSTRACIÓN 59 - CAPTURA DE VIDEO.....	68

ILUSTRACIÓN 60 - CAPTURA DE VIDEO.....	68
ILUSTRACIÓN 61 - CAPTURA DE EDICION.....	69
ILUSTRACIÓN 62 - CAPTURA DE EDICION.....	70
ILUSTRACIÓN 63 - CAPTURA DE EDICION.....	70
ILUSTRACIÓN 64 - EMPRENDEDORES.....	71
ILUSTRACIÓN 65 - EMPRENDEDORES.....	71
ILUSTRACIÓN 66 - LLUVIA DE IDEAS.....	72
ILUSTRACIÓN 67 - DIAGRAMA DE GANTT.....	73
ILUSTRACIÓN 68 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO.....	74
ILUSTRACIÓN 69 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO.....	75
ILUSTRACIÓN 70 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO.....	75
ILUSTRACIÓN 71 - CAPTURA DE EDICION.....	76
ILUSTRACIÓN 72 - CAPTURA DE EDICION.....	77
ILUSTRACIÓN 73 - CAPTURA DE EDICION.....	77
ILUSTRACIÓN 74 - CRONOGRAMA CDE.....	78
ILUSTRACIÓN 75 - CRONOGRAMA CDE.....	78
ILUSTRACIÓN 76 - CRONOGRAMA CDE.....	79
ILUSTRACIÓN 77 - CRONOGRAMA CDE.....	79
ILUSTRACIÓN 78 - PRESUPUESTO CDE.....	80
ILUSTRACIÓN 79 - PRESUPUESTO CDE.....	81
ILUSTRACIÓN 80 - PRESUPUESTO CDE.....	81
ILUSTRACIÓN 81 - PRESUPUESTO CDE.....	81
ILUSTRACIÓN 82 - PRESUPUESTO CDE.....	81
ILUSTRACIÓN 83 - PRESUPUESTO CDE.....	82
ILUSTRACIÓN 84 - INDICADOR DE EVALUACIÓN.....	83
ILUSTRACIÓN 85 - INDICADOR DE EVALUACIÓN.....	84
ILUSTRACIÓN 86 - INDICADOR DE EVALUACIÓN.....	85

CA PÍ TU LO I

Planteamiento
del Problema

Capítulo I. Planteamiento del Problema

1. Antecedentes

El Centro de Desarrollo Empresarial Mipymes Valle de Sula nace el 2013 como una creación Pública, Privada y Académica con el fin de apoyar a los Micro, Pequeños y Medianos emprendedores en El Valle de Sula. Debido a su reciente creación, poca campaña publicitaria y baja cobertura mediática no son muy conocidos en la región por su mercado meta.

2. Definición del Problema

Actualmente el Centro de Desarrollo Empresarial Mipymes Valle de Sula no posee videos institucionales. Estos urgen por motivos de difusión para nuevos emprendedores, futuros patrocinadores u otros; En el cual se explique “Qué es el CDE, que hacen y a donde van”. De igual manera entre las innovaciones en su plan de desarrollo, el 18 de noviembre del 2021 realizarán lanzamiento de la nueva plataforma Contact. Un sitio de comercio electrónico para Mipymes. Esta de igual manera no posee videos, los cuales son necesarios para compartir con nuevos usuarios, emprendedores, y próximos aliados estratégicos. El TOM (Top of Mind) requiere apoyo en medios de comunicación y estos no poseen agenda de contactos estratégicos.

3. Preguntas de Investigación

¿Qué estilos de videos lograrían el mayor impacto visual para promoción del CDE MIPYME VS como institución y plataforma de comercio en línea CONTACT?

¿Cuáles medios de comunicación tanto escritos, televisivos y radiales serian los mejores aliados estratégicos para el CDE MIPYME VS?

4. Objetivos de la Investigación

1. Objetivo General

Componer contenido Audiovisual promocional del Centro de Desarrollo Empresarial Mipymes Valle de Sula, de la plataforma de comercio Contact; al igual que una guía de contactos de medios de comunicación en Honduras; Dentro de un plazo del 18 Octubre al 30 de Noviembre del 2021.

2. Objetivos Específicos

1. Producir video en modalidad de entrevistas, sobre los jefes de las distintas áreas del Centro de Desarrollo Empresarial Mipymes Valle de Sula para promocional institucional entre 18 Octubre y 30 de Noviembre 2021.
2. Elaborar piezas audiovisuales sobre la plataforma Contact proyectando el boca a boca de clientes, comienza a vender en tres pasos, creación de perfil, y casos de éxito, con lanzamiento al publico el 18 de Noviembre del 2021.
3. Esquematar guía de programas televisados y contactos en medios de comunicación de relevancia en Honduras, con fecha de entrega el 30 de Noviembre del 2021.

5. Justificación de la Investigación

Muchos emprendedores de la Micro, Pequeña y Mediana empresa sufren de déficit de atención de apoyo, un porcentaje significativo vive en zonas alejadas a sucursal del CDE, en eventos se trabaja con más de 100 personas simultáneamente, gira de medios sin apoyo visual reciente. Para resolver estas problemáticas al momento de compartir información, contenidos audiovisuales son la solución más rápida y viable.

**CA
PÍ
TU
LO II**

Estado de la
Cuestión

Capítulo II. Estado de la Cuestión

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL (CDE)

Los centros de desarrollo empresarial (CDE) son un componente de las políticas de apoyo a las empresas micro, pequeñas y medianas (Mipymes) que ha sido desarrollada a partir de la segunda mitad de la década de 1980, por numerosas instituciones de fomento productivo, en el mundo. En Europa los precursores de esta iniciativa fueron los países que a mediados de la década de 1970 desarrollaron centros de servicios con el propósito de proporcionar apoyo técnico a las mipymes para gatillar procesos permanentes de aprendizaje, innovación y transformación de los sistemas económicos locales. **(CEPAL, 2019)**

En América Latina, los CDE han tenido un impulso muy importante en la última década y en la actualidad muchos países de la región han fomentado políticas nacionales para la promoción de estos centros, logrando movilizar importantes cantidades de recursos de los sectores público, académico y privado, entre ellos Honduras.

En muchos casos la experiencia regional se ha inspirado en los Small Business Development Centers (SBDC) de Estados Unidos. Dicho modelo ha sido modificado (en mayor o menor profundidad) por las instituciones latinoamericanas a cargo de estas iniciativas, para generar programas nacionales que se ajusten a los respectivos planes institucionales y económicos. En el contexto de este variado escenario, sin embargo, los Centros de Desarrollo Empresarial mantienen ciertos elementos comunes que les permiten destacar positivamente entre las políticas de apoyo de las Mipymes latinoamericanas:

- En primer lugar, representan un intento para institucionalizar la acción de apoyo a las Mipymes, proyectándola en el mediano y largo plazo.
- En segundo lugar, se esfuerzan para introducir un modelo de gestión orientado a los resultados y una disciplina de evaluación permanente de los impactos generados en las empresas atendidas.
- En tercer lugar, se desarrollan a partir de un esfuerzo conjunto de distintos sectores de la sociedad: el sector público, el académico y el empresarial, que colaboran aportando recursos y conocimientos para el desarrollo de las Mipymes.
- Por último, operan de una manera descentralizada, adaptándose a las realidades de los territorios en los que se localizan.

(CEPAL, 2019)

Programas para la promoción de Centros de Desarrollo Empresarial en América Latina, países seleccionados

Pais	Nombre Programa	Entidades Promotoras	Entidades Operadoras	Fuentes de financiamiento	Año de Inicio	Número centros activos
Belice	SBDC Belice	BELTRAIDE	BELTRAIDE	Financiamiento público y apoyo logístico de la academia	2012	2
Chile	Centros de Desarrollo de Negocios	SERCOTEC	Institutos de estudios superiores (IES), organizaciones no gubernamentales (ONG), fundaciones, asociaciones empresariales, entidades privadas	Público y privado	2015	51
Colombia	Centros de Desarrollo Empresarial	MinCIT	IES, ONGs	Público y privado	2013	9
Colombia	Centros de Formación	SENA	SENA	Público	2014	117
Costa Rica	CIDE PYME	DIGEPYME (Ministerio de Economía, Industria y Comercio)	DIGEPYME	Público	-	7
El Salvador	CDMYPE	CONAMYPE	IES, organizaciones sin fines de lucro	Público y privado	2010	14
Guatemala	Promipyme	Viceministerio del Desarrollo de la Mipyme, Ministerio de Economía	Viceministerio	Fondo gobierno (préstamo BID)	2012	8
Honduras	CDE Mipyme	Secretaría de Desarrollo Económico	Universidades y consorcio de entidades público-privadas que prestan servicios a mipymes	Público y privado	2016	13

ILUSTRACIÓN 1 - TABLA DE CDEs
FUENTE: (CELAC 2020)

Pais	Nombre Programa	Entidades Promotoras	Entidades Operadoras	Fuentes de financiamiento	Año de Inicio	Número centros activos
México	CDPE	AMCDPE	IES	Público y privado	2003	31
Nicaragua	Delegaciones Regionales	Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa	Delegaciones departamentales (oficinas regionales de la instancia rectora)	Público	2007	19
Panamá	Oficinas Regionales	Autoridad de la Mipyme	Oficinas regionales		-	13
Perú	Centros de Desarrollo Empresarial	Ministerio de la Producción	Universidades, gobiernos regionales y locales, cámaras de comercio y notarías. El mismo Ministerio de la Producción, a través del Programa Nacional "Tu Empresa", se encuentra implementando CDE.	Público y privado	2013	36
República Dominicana	Centro Mipymes	Ministerio de Industria, Comercio y Mipyme	Universidades públicas y privadas	Público y privado	2015	13
Uruguay	Centros de Competitividad Empresarial	ANDE	Agencias de Desarrollo Local	Público y privado	2018	2

ILUSTRACIÓN 2 - TABLA DE CDEs
FUENTE: (CELAC 2020)

2.1.2 ¿QUÉ SON LOS CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL?

Los Centros de Desarrollo Empresarial son un instrumento para desarrollar capacidades al interior de las empresas establecidas e impulsar la creación de nuevas unidades productivas. Su propósito es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias del sector Mipyme, a través de mejoras en la administración de los negocios. Los Centros de Desarrollo Empresarial CDE son iniciativas creadas a partir de alianzas entre el sector privado, la academia y el Gobierno, cuyo vínculo evita la duplicidad de esfuerzos y, a su vez, permite la cooperación y la sostenibilidad a largo plazo. En la actualidad estos centros están ubicados en cámaras de comercio, universidades, fundaciones, gremios, entre otros.

2.1.2.1 ¿QUÉ BUSCAN?

- Mejorar la competitividad de las Mipymes
- Promover la innovación como factor clave del crecimiento empresarial
- Aumentar los niveles de productividad y rentabilidad de los negocios
- Generar empleo
- Crear nuevas empresas
- Impulsar el crecimiento empresarial
- Facilitar el acceso al crédito
- Apoyar la asociatividad para mejorar la gestión de las unidades productivas
- Facilitar el acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales

(Secretaría de MiPymes Gobierno de Colombia, 2021)

2.1.2.2 ¿CUÁL ES SU OBJETIVO ESTRATÉGICO?

Contribuir al desarrollo de la economía local, regional y nacional, a través del crecimiento empresarial, la innovación, la productividad, la rentabilidad y la internacionalización.

2.1.2.3 ¿QUÉ SERVICIOS PRESTAN LOS CDE?

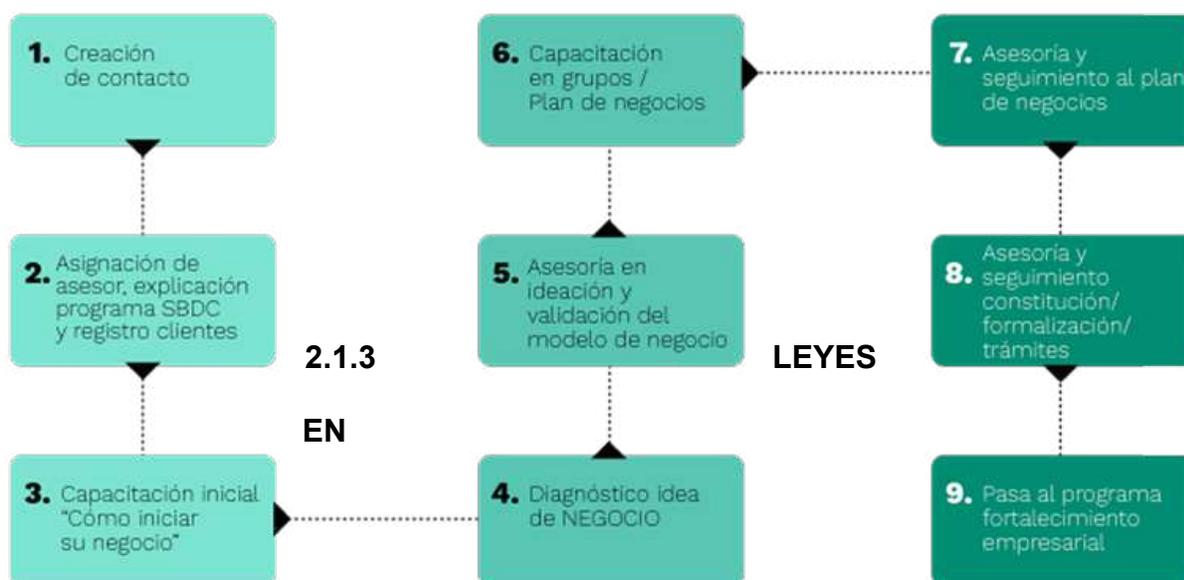
Los centros ofrecen asesoría, acompañamiento a largo plazo y capacitación específica, dirigida a responder a las necesidades de los emprendedores y empresarios, e incentivan en los negocios la productividad, competitividad e internacionalización.

Los servicios que prestan los CDE se especifica en los emprendedores:

- Enfocada a la asesoría y capacitación específica para ideación, estructura de un modelo de negocio.
- Valoración temprana de posibles mercados.
- Asesoría cercana y seguimiento a los primeros pasos de la operación inicial de la empresa y la constitución legal de las mismas.
- Capacitación para generación de ideas, identificación de oportunidades y construcción de modelos de negocio, entre otros.
- Diagnóstico temprano de los emprendimientos.
- Capacitación para acceso a tecnologías de la información y comunicaciones.

(Secretaria de MiPymes Gobierno de Colombia, 2021)

Ruta de atención al emprendedor



ILUSTRACION 3 - RUTA ATENCION AL EMPRENDEDOR
FUENTE: (www.mipymes.gov.co)

HONDURAS

Según la Constitución de la república de Honduras esta garantiza la empresa privada y el libre comercio en el territorio nacional. En el CAPÍTULO I, DEL SISTEMA ECONÓMICO se estipula lo siguiente;

ARTICULO 328: El Sistema Económico de Honduras se fundamenta en principios de eficiencia en la producción y justicia social en la distribución de la riqueza y el ingreso nacionales, así como en la coexistencia armónica de los factores de la producción que hagan posible la significación del trabajo como fuente principal de la riqueza y como medio de realización de la persona humana.

ARTICULO 329: El Estado promueve el desarrollo económico y social, que estará sujeto a una planificación adecuada. La Ley regulará el sistema y proceso de planificación con la participación de los Poderes del Estado y las organizaciones políticas, económicas y sociales, debidamente representadas.

ARTICULO 330: La economía nacional se sustenta en la coexistencia democrática y armónica de diversas formas de propiedad y de empresa.

ARTICULO 331: El Estado reconoce, garantiza y fomenta las libertades de consumo, ahorro, inversión, ocupación, iniciativa, comercio, industria, contratación de empresa y cualesquiera otras que emanen de los principios que informan esta Constitución. Sin embargo, el ejercicio de dichas libertades no podrá ser contrario al interés social ni lesivo a la moral, la salud o la seguridad pública.



ILUSTRACION 4 - CONGRESO NACIONAL
FUENTE: (EL HERALDO 2019)

2.1.5 COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico o e-commerce es el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de Internet. El comercio electrónico no se limita a transacciones comerciales, sino que también proporciona otros servicios. Tipos de comercio electrónico:

- B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general
- B2B (Business-to-Business): Empresas haciendo negocios entre ellas
- B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a instituciones de gobierno
- C2C (Consumer-to-Consumer): Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos.

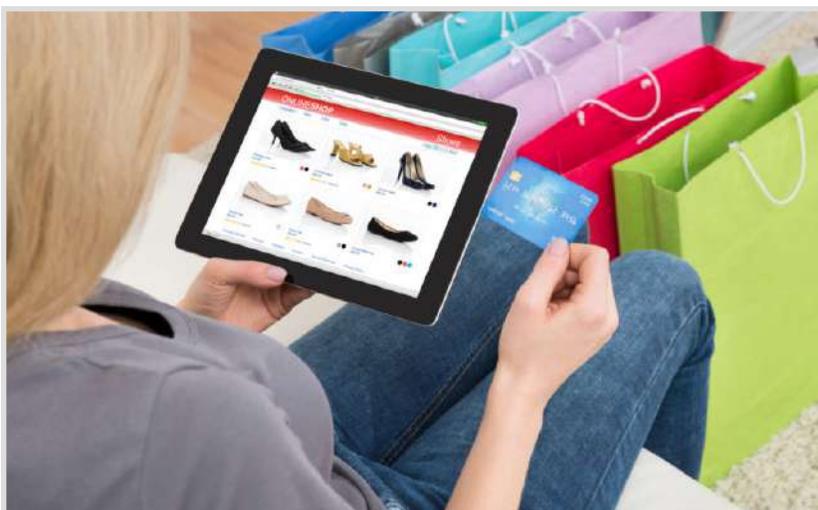
(VISA, 2021).

Según la agencia DataReportal, 42% de la población hondureña tiene conexión a Internet y más de 4.10 millones de hondureños usan las redes sociales. Internet y redes sociales, un dúo fundamental en los negocios digitales que desarrollamos como emprendedores o como consumidores.

Por otra parte, la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA) reporta un crecimiento de 45% en transacciones bancarias en línea. Es decir, conversiones o ventas logradas usando el Internet, sin ir a un banco, sin hacer una fila y en cuestión de minutos. Esta clara tendencia hacia las comunicaciones y negocios electrónicos en el país no es nada nuevos.

Algunas ventajas del comercio electrónico para las empresas son que puede expandir la base de clientes al entrar a un mercado más amplio. Extienden el horario de venta a 24/7 y 365 días al año, crean una ventaja competitiva en el mercado, logran reducir costos de producción, capital, administración, entre otros y apuntan a mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias.

Todos estos factores, han permitido que el comercio electrónico haya crecido de manera significativa en los últimos años. Este crecimiento se explica, en gran medida, por la evolución que han mostrado diversos países en aspectos claves para transformar el Internet como un canal de ventas efectivo.



ILUSTRACION 7 - COMERCIO EN LÍNEA
FUENTE: (<https://sell.emprendepyme.net/e-commerce>)

2.2 Marco Contextual

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) es uno de los pilares de la economía hondureña y cumple un papel protagónico en la reactivación y desarrollo del país. Este sector aporta aproximadamente el 60% del Producto Interno Bruto (PIB) y origina 7 de cada 10 empleos en Honduras. Con la llegada de la pandemia, las MIPYME han sido el sector más golpeado por el confinamiento a causa del Covid-19, y, por ende, han recibido atención especial por parte de los organismos multilaterales y el propio Estado. **(Consejo Nacional de Inversiones, 2021)**

En consecuencia, las micros, pequeñas y medianas empresas son clave para el desarrollo de las economías de los países, coincidieron los expertos regionales que se reunieron durante el I Encuentro Empresarial Mesoamericano, realizado el pasado 22 de agosto en San Pedro Sula, en el marco de la XVII Cumbre de Tuxtla.

La Declaratoria de San Pedro Sula de la XVII Cumbre de Tuxtla, proclamada al final de la jornada de tres días, destaca el fortalecimiento las mipymes entre los temas abordados por los altos dignatarios de los diez países mesoamericanos.

En el ámbito económico, cita la declaratoria, es importante conectar a las Mipymes mediante las políticas, programas y marcos normativos que faciliten la inclusión financiera e incrementar el acceso al microcrédito, promover la innovación, transformar su capacidad productiva y digital, y fomentar la formación y asistencia técnicas.

(Cumbre de Tuxtla, 2018)

En este proyecto participaron varias instituciones y lidera Senprende y el CDE bajo la estrategia de desarrollo del Valle de Sula. En esta nueva oficina, darán los servicios empresariales y legales de manera gratuita. Además, por medio de la promoción de sus productos en una plataforma digital, esperan poder incrementar las ventas de las Mipymes. La CDE Mipymes Valle de Sula, firmó un acuerdo de apoyo con Usaid que durará dos años y con el que fortalecerán a unas 600 microempresas. Este llevará por nombre “Transformando Sistema de Mercados”. También firmaron un convenio con la Organización Internacional de la Migración, que beneficiará a 50 Mipymes con capital semilla para poder comenzar sus negocios; y un tercer convenio con Visión Mundial para fortalecer a la juventud en formación técnica vocacional.

(Baquedano, K, 2021)

2.2.1 CDE MIPYMES VALLE DE SULA

Es una organización público-privada-academia que se debe a los emprendedores y empresarios de la MIPYME en el Valle de Sula, potenciando el desarrollo económico local y mejorando los tejidos productivos.

Este nace el 2 de agosto del año 2013 mediante la unión de esfuerzos e intereses entre miembros de la Empresa Privada de la región, la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y la Secretaría de Desarrollo Económico (antes Secretaría de Industria y Comercio) y se erige como una empresa de carácter público-privado-academia. A partir del año 2015 forma parte de la Red Nacional de CDE MIPYME, instancia coordinada por la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE), la cual es creada con la finalidad de fortalecer la estructura de los centros y la coordinación con la SDE en todo el país.



ILUSTRACION 8 - OFICINAS CDE SAN PEDRO SULA
FUENTE: (LA PRENSA 2021)

El CDE MIPYME VALLE DE SULA interviene el territorio conformado por los municipios de: San Pedro Sula, Choloma, Puerto Cortés, Villanueva, Santa Cruz de Yojoa, La Lima, San Manuel, Omoa, Pimienta, Potrerillos, San Antonio, San Francisco de Yojoa, El Progreso, El Negrito, Sant Rita, Quimistán, Petoa, y Tela. Al ser el Valle de Sula la zona del país que genera el 60% del producto interno bruto, se presenta una excelente oportunidad para la intervención en el fortalecimiento y/o creación de las capacidades empresariales en emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas.

2.2.1.2 VISIÓN DEL CDE VALLE DE SULA

Al 2024 hemos desarrollado capacidad para brindar Servicios especializados y de Calidad, con procesos internos sistematizados que nos aporte a la sostenibilidad técnica y Financiera.



ILUSTRACION 9 - SALA DE JUNTA CDE SPS
FUENTE: (FACEBOOK @CDESULA)

2.2.1.3 MISIÓN DEL CDE VALLE DE SULA

Somos una Organización público-privada-academia del sector social de la Economía, especializada en el desarrollo y crecimiento de la Micro y Pequeña Empresa en el Departamento de Cortés. Trabajamos para que las empresas se formalicen, Incrementen su Ingreso y generen empleos, por medio de Asistencias Técnica personalizada, Capacitaciones, Alianzas y Vinculaciones con organizaciones locales, Nacionales y de Cooperación para junto contribuir al desarrollo económico de la Región. Brindamos un servicio especializado a través de personal altamente capacitado y sensible para incorporar en el trabajo la equidad de género y la responsabilidad ambiental. Nos esforzamos para cubrir con mayor equidad la demanda de los servicios empresariales en la base social, apoyando a la Micro , Pequeña y Mediana Empresa que transforma la materia prima para ofrecer productos con valor agregado y empresas que ofrecen servicios.



ILUSTRACION 10 - EXPOSICIÓN CDE
FUENTE: (FACEBOOK @CDESULA)

2.2.2 COMERCIO EN LINEA EN HONDURAS

El Comercio Electrónico en Honduras es sólo uno de los indicadores que reflejan que la cultura online está teniendo un crecimiento importante en el país. Este crecimiento no sólo lo refleja por las compras online. Para mediados del 2015, Honduras ya supera los 2 Millones de usuarios de Redes Sociales, (más del 25% de la población total) según el más reciente Estudio de Redes Sociales iLifebelt.

Además, el sitio Statista refleja que para 2014, Honduras ya reportaba 7.7 millones de usuarios de teléfonos celulares, y podemos asumir con toda confianza que esta cifra ha ido en constante crecimiento. Sólo en Honduras existen poco más de 40 empresas dedicadas a ser ese puente entre tiendas en Estados Unidos y consumidores en el país Centroamericano. Empresas como G-Box Mall y TransExpress tienen el modelo de negocio de recepción, transporte y entrega de bienes comprados en tiendas como Amazon, Apple Store, Ebay, Walmart entre otras.

En Honduras, el Comercio Electrónico no sólo ocurre en compras en tiendas extranjeras. El número de comercios locales que adoptan sistemas de pago online también está creciendo. Entre ellos podemos mencionar:

- Restaurantes de franquicia (Pizza Hut, KFC, Wendys)
- APPs de envío (Hugo, Pedidos Ya)
- Mega Tiendas (Diunsa, Lady Lee, La Curacao)
- Supermercados (La Colonia, El Colonial, Los Andes)



ILUSTRACIÓN 11 - ECOSISTEMA FINTECH HONDURAS
FUENTE: (BCH, 2021)

2.2.2.1 COMERCIO ELECTRÓNICO REGULADO EN HONDURAS

Según la revista online Estrategia y Negocios, debido a que las compras online han incrementado considerablemente en Honduras y el mundo, en 2009 el Estado suscribió la Convención sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales y en abril de 2015 puso en vigencia la Ley de Comercio Electrónico (Decreto 149-2014).

Aunque aún la ley aprobada hace algunos años aún debe desarrollarse, es necesario señalar que Honduras es uno de los pocos países de Centroamérica y El Caribe en donde el comercio electrónico se encuentra amparado y regulado por ley.

Mediante este marco legal, se incentiva la generación de microempresas porque permitirá la creación de negocios con reducción de gastos operativos. Otro de los beneficios del comercio electrónico es que se impulsa el surgimiento de nuevos negocios mediante la eliminación de los gastos de alquiler de espacios físicos para operar. El comercio electrónico en Honduras así como en el resto de Centroamérica, irá creciendo a medida que las leyes impulsen este canal en vez de restringirlo. Otro factor crucial de crecimiento es que los empresarios y emprendedores implementen formas de pago que se adapten a los hábitos digitales de sus clientes potenciales. *(iLifebelt Times, 2021)*



ILUSTRACIÓN 12 - TIPOS DE COMERCIO ELECTRONICO
FUENTE: (VISA, 2021)

En nuestro país, los bancos e instituciones financieras han dado pasos muy importantes en la transformación digital para el sector privado. La mayoría cuenta con una plataforma digital de trámites, donde realizan gestiones, solicitudes, y pagos. Además de proporcionar servicios de cobro a través de tarjeta de crédito o débito. Esto brinda al usuario una mayor transparencia de las transacciones realizadas sobre sus cuentas, además de poner a su disposición otros servicios bancarios de manera digital, pagos de planilla, renta de POS, pago de impuestos, entre otros. En el sector público, la transformación digital ha sido liderada por el Banco Central de Honduras (BCH), y CEPROBAN, con las transferencias interbancarias. Asimismo, el Servicio de Administración de Rentas (SAR), habilitando su plataforma para declaraciones y pagos en, y una APP de consultas.

Las redes sociales son herramientas útiles para encontrar y atender a los clientes. No solo permiten crear ambientes para dar a conocer sus productos y servicios, también las plataformas tienen funcionalidades específicas para los negocios, permitiendo publicidad por medio de pauta dentro de la red, catálogo de productos, chat, transmisiones en vivo y todo tipo de canales para brindar una atención al cliente eficiente.



ILUSTRACIÓN 13 - DIGITALIZACIÓN DE MIPYMES
FUENTE: (CCIT, 2021)

2.2.3 PRODUCCIONES AUDIOVISUALES EN HONDURAS

La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión. Abarca desde aspectos financieros (el capital), recursos técnicos y logísticos (los medios) hasta qué tareas se hacen cada día (el trabajo). La producción audiovisual se realiza en 3 fases:

- Planificación (preproducción)
- Ejecución (producción)
- Montaje y Edición (postproducción)

Producción audiovisual en el más amplio sentido del término. En Publicidad, desde el proyecto más modesto y sencillo, hasta la completa elaboración de spots de pequeño, mediano y gran presupuesto, pasando por la producción de vídeos corporativos, institucionales y comerciales. En Cine y Televisión, tanto proyectos propios como colaboraciones con otras productoras en producción ejecutiva, dirección de producción, producción asociada o asistencia al desarrollo y arranque de proyectos.

TV/WEB

Filmación, producción, redacción estratégica-creativa y creación de contenido para TV, redes sociales, documentales y videos corporativos.

SONIDO

Diseño de sonido, grabación de campo y en estudio, musicalización, mezcla y masterización de audio. Nuestro estudio de grabación está equipado para sonorizar cualquier producción.

2.2.3.1 APHA

La Asociación de Agencias Publicitarias de Honduras, APHA, está compuesta por 8 de las agencias de mayor reconocimiento y sólida trayectoria en el país. Las agencias miembros de la APHA son: Calderón Publicidad, Excell Ogilvy, Mass Publicidad, BBDO Honduras, TBWA, Publicidad Comercial, Crea DraftFCB, McCann Honduras.

La APHA es también el representante oficial de Cannes Lions, el festival de creatividad más importante del mundo.



ILUSTRACIÓN 14 - EXPOSICIÓN APHA
FUENTE: (DIARIO QUIEN OPINA, 2019)

2.2.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN HONDURAS

La radio en Honduras dio sus inicios en 1928, cuando la Tela Railroad Company establece la “Tropical Radio” siendo la primera estación radial comercial del país. Cabe mencionar que es la pionera de las radioemisoras en la República de Honduras.

Radio HRN Empezó a transmitir en noviembre de 1933, el retraso y los diversos inconvenientes que puso el gobierno del general Carías en otorgar el permiso de operación de HRN permitió que fuera la segunda emisora más escuchada. La primera identificación fue desde Tegucigalpa, capital de la República de Honduras.

Radio América inicia sus transmisiones en 1948, siendo así la segunda radio privada en el país.



ILUSTRACIÓN 15 - RADIOS DE HONDURAS
FUENTE: (EMISORAS UNIDAS)

Televisión de Honduras, el pueblo hondureño comenzó a informarse a través de la televisión en 1959, con la llegada al país de canal 5 de Corporación Televicentro; cabe mencionar que a este canal se le sumaron los canales 3 y 7. En 1966 se trasmite la primera señal de **televisión a todo color**, posteriormente se masifican las señales de televisión por cable y satelital.

Hoy en día hay más de 400 canales de televisión, más de 20 periódicos impresos y más de 700 radios en todo el país.



ILUSTRACIÓN 16 - CANALES DE TV DE HONDURAS
FUENTE: (HCH)

**CA
PÍ
TU
LO III**

**Metodología de la
Investigación**

Capítulo III. Metodología de la Investigación

3.1 Enfoque, Diseño y Alcance

3.1.1 EL ENFOQUE

El enfoque de investigación es la manera en que el investigador se acerca al objetivo/temática de estudio, esto nos sirve para encontrar una perspectiva en la cual abordar el tema y esta varía dependiendo del tipo de resultados que se espera encontrar. **(Rodríguez, 2021)**

En este proyecto se utiliza el método cualitativo; CDE MIPYMES VALLE DE SULA en su carta de presentación explica que cada emprendedor es distinto. Una madre soltera, un adulto recién deportado, un joven recién mayor de edad. Cada caso es único, y subjetivo de su historial. Por ende, se trata de abarcar cada perfil de emprendedor que llega a las instalaciones del CDE MIPYMES VALLE DE SULA en busca de apoyo para emprender, con los contenidos audiovisuales en desarrollo.

Según Yamile Delgado, Coordinadora del Doctorado de Ciencias de la Investigación en Universidad de Carabobo (Colombia) la investigación o enfoque cualitativo, “Son aquellas que utilizan la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.

(Yamile Smith, 2012)

3.1.2 EL DISEÑO

El diseño de investigación se define cómo los métodos y técnicas elegidos por un investigador para combinarlos de una manera razonablemente y lógica para que el problema de la investigación sea manejado de manera eficiente. El diseño es una guía sobre cómo llevar a cabo la investigación utilizando una metodología particular. Cada investigador tiene una lista de preguntas que necesitan ser evaluadas.

(Rodriguez, 2021)

En este proyecto es no experimental, debido a la constante adaptación de nuevas circunstancias del panorama económico y político de Honduras. Los emprendedores MYPIMES sufren estos golpes, al igual que el CDE MIPYMES VALLE DE SULA. Un claro ejemplo es la movida del lanzamiento de la plataforma Contact, de originalmente octubre 28 a Noviembre 18 del 2021.

Según el módulo educativo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo “El diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y cómo se dan en su contexto natural para después analizarlos.” **(UAEH, 2019)**

3.1.3 EL ALCANCE

El alcance de una investigación indica el resultado de lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación. (UAEH, 2019)

El alcance pronosticado de emprendedores beneficiados es de 5,000 al 31 de diciembre de este 2021, todos de la zona Valle de Sula. La segmentación sería 50% hombres y 50% mujeres, con una mayor tendencia a madres solteras, jóvenes de las calles y adultos retornados (deportados).

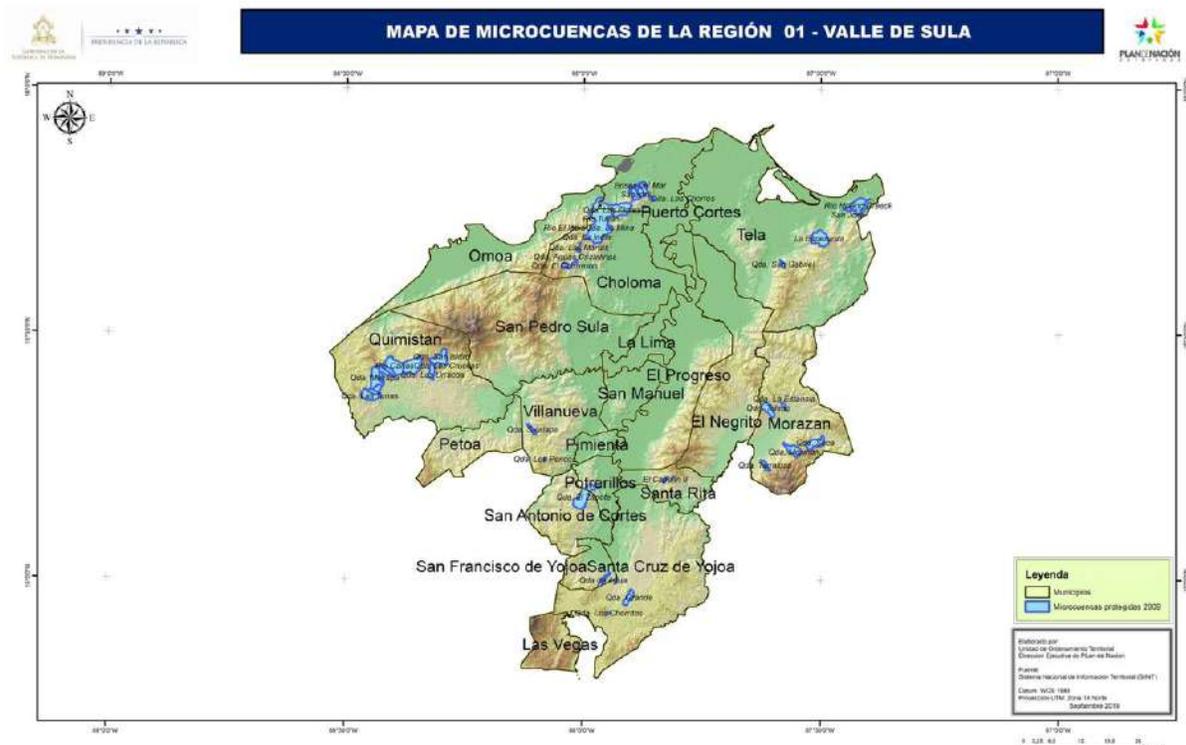


ILUSTRACIÓN 17 - VALLE DE SULA
 FUENTE: (GOBIERNO DE HONDURAS)

3.2 Población y Muestra

3.2.1 LA POBLACIÓN

La que se verá beneficiada directamente son los habitantes del Valle de Sula. Este comprende los departamentos de Cortés, Yoro, Santa Barbara y Atlántida. Los municipios son: San Pedro Sula, Choloma, Puerto Cortés, La Lima, Omoa, Pimienta, Potrerillos, San Antonio, San Francisco de Yojoa, San Manuel, Santa Cruz, Villanueva, El Progreso, El Negrito, Santa Rita, Quimistán, Petoa y Tela. La población total de esta región es 1.9 Millones de habitantes y un área de 7,384.6 km².

- El Valle del Sula (Honduras) se localiza en la parte baja de las cuencas hidrográficas de los ríos **Ulúa** (21.995 km²) y **Chamelecón** (4.461 km²).

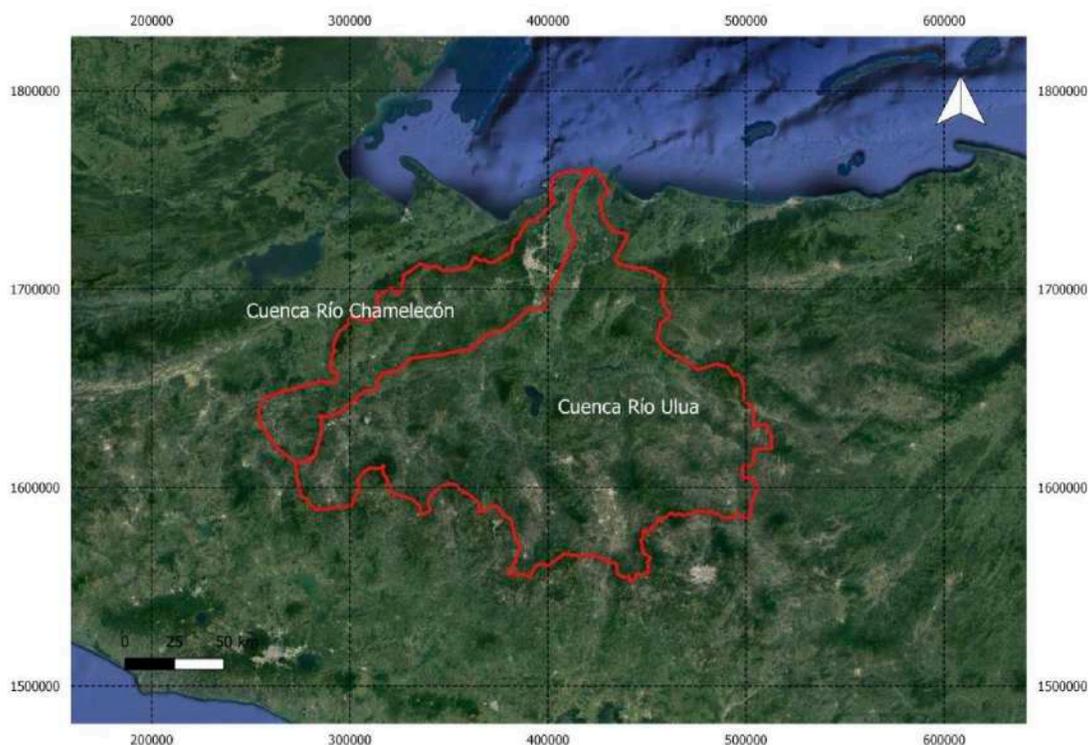


ILUSTRACIÓN 18 - MAPA VALLE DE SULA
FUENTE: (UNAH VS, 2021)

3.2.2 LA MUESTRA

El trabajo para los videos casos de éxitos fueron tres emprendedores, hombres de San Pedro Sula. En los tres videos de boca a boca se utilizó a 6 jóvenes entre los 22 y 30 años, mitad hombres y mitad mujeres, todos de San Pedro Sula. Para el video institucional del CDE MIPYME VS, las entrevistas se realizaron a 2 hombres y 4 mujeres, en los rangos de 25 - 45 años, todos con cargos de director.

3.3 Métodos y Técnicas de Investigación

Los métodos y técnicas de investigación son herramientas, procedimientos e instrumentos que se utilizaron para obtener información y conocimiento. Para este proyecto se implementan tres (3) tipos de herramientas las cuales al ser aplicadas, estos resultados nos brindaron los datos necesarios para llegar a la solución adecuada a la problemática de CDE, las herramientas son: **(Rodriguez, 2021)**

3.3.1 OBSERVACIÓN

Esta herramienta ayuda a desarrollar la comprensión del tema que se busca estudiar, describirlo, tomar nota de sus peculiaridades, de su entorno, entre otros. Este es un paso fundamental para cualquier investigación. Este nos ayuda analizar cómo los videos del CDE se esquematizarán para llegar de la forma más correcta e impactante a quienes se les muestre. Si estos se cumplen o no con su propósito de comunicación, y cómo afecta a la imagen en esas plataformas.

3.3.2 ENTREVISTA

El formato de entrevista fue clave, ya que para el proceso de este proyecto necesitamos información directa de CDE, de los emprendedores para casos de éxitos, y de sus directores. Así entender que buscan promover, qué buscan renovar, cómo está la situación actualmente, entre otros factores importantes. También sobre que buscan realizar y presentar en parte del proyecto de la plataforma Contact.

3.3.3 METODOLOGIA

La investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto. **(UAEH, 2019)**

En este proyecto se utiliza la metodología Aplicada, debido a la implementación física y virtual de las producciones audiovisuales en producción. Estas serán reproducidas en eventos oficiales gubernamentales, reuniones con empresa privada, campañas mediáticas de mercadeo y presentaciones a emprendedores.

CA PÍ TU LO IV

Resultados de la
Investigación

Capítulo IV. Resultados de la Investigación

Para adquirir la información necesaria que se utilizó en este informe se realizó reuniones presenciales con los encargados y directores del CDE. Tres reuniones fueron llevadas a cabo en las instalaciones del CDE, la primer semana tras primer contacto con la institución.

La primera reunión fue con el licenciado Jorge Osorio quien es el Director de Comunicación Estratégica del CDE. Éste brindó una presentación formal sobre lo que es el CDE quiénes son, qué hacen, y a dónde apuntan. Nos mostró los proyectos que trabaja actualmente la institución, los aliados, sus alianzas, y las metas a futuro que buscan obtener.

La segunda reunión se sostuvo con la directora de mercadeo, la licenciada Maria Fernanda. Esta explicó el proyecto, la elaboración de un video promocional para la institución. Con el objetivo de lograr promover a la misma en reuniones con asociados, futuros emprendedores, y en eventos de gobierno. Además, planteó la fecha en el cual se ira realizar el lanzamiento de la plataforma CONTATC. Una plataforma de comercio electrónico para Mipymes en Honduras elaborada por el CDE y este ocuparía videos promocionales.

La tercera reunión fue con el Director Creativo el licenciado Rodolfo Molina. Éste explicó los puntos creativos, manual de marca, y el objetivo que se quería lograr con los Videos a producir en las siguientes semanas de trabajo y proyecto.

Una vez concluidas las tres reuniones separadas con cada uno de los directores, se tuvo una reunión con los tres directores en conjunto. En esta reunión, se aterrizó con los puntos, las temáticas, y cómo deberían verse cada video. El video institucional debería ser de uno a dos minutos, promoviendo las oficinas, con cuatro entrevistas de directores, y con casos de éxito (emprendedores). La realización de este video se grabó un sábado de ocho de la mañana a 12 de la tarde con todos los empleados y colaboradores del CDE. Se convocó a dos emprendedores, uno de la Lima y una de San Pedro Sula. Se realizaron las entrevistas a los directores, los cuales fueron asignados por el mismo CDE para resaltar las diferentes áreas en las cuales estos apoyen a los emprendedores.

Para los Videos de CONTACT, se estableció lo siguiente; Realizar promocionales de boca a boca, estos serían ciudadanos ordinarios platicando y dando a conocer qué compraron un producto en esta plataforma. Estos videos tendrán una duración de 15 a 30 segundos cada uno. Estos videos fueron grabados en lugares públicos y con terceros que se lograron conseguir ad honorem para apoyar con estas producciones.

Fueron realizados en el transcurso de dos días, grabados de una a tres de la tarde, aprovechando la luz del día. No se utilizó equipo o personal del CDE, todo fue propio, guiados en temática del boca a boca que buscaba promocionar la institución.

La segunda etapa de los videos para la plataforma de Contact, fueron visitas a los diferentes emprendedores escogidos por el CDE. En estos se buscó dar a conocer de primera mano cómo los emprendedores han utilizado esta plataforma para emprender, y expandir sus negocios. Se visitó un comedero en el Guamilito, llamado Asados Shony. Se visitó por segundo un artista que pinta camisas, éste tenía su taller en su casa. Por tercero se visitó a una panadera, este en el barrio barandillas. En cada visita se realizó la entrevista al emprendedor y tomas de apoyo del negocio. Jorge Osorio junto a Rodolfo Molina proveyeron los contactos de dichos emprendedores.

Se realizaron dos videos animados promocionando la plataforma en línea. Se muestra capturas de pantalla y cómo funciona la plataforma. Entre los videos hechos, uno fue de 15 segundos en el cual se promociona como en tres simples pasos se puede crear un usuario para comenzar a comprar o vender. El segundo es un video de 45 segundos el cual muestra todas las características y beneficios que tiene esta plataforma para los emprendedores. Para adquirir esta información el licenciado Rodolfo Molina nos compartió las capturas de pantalla que el CDE ya tenía. Las características a resaltar nos las señaló la Lic Maria Fernanda y la línea visual/comunicación nos fue creada por el Lic Jorge Osorio.

**CA
PÍ
TU
LO V**

Aplicabilidad

Capítulo V. Aplicabilidad

5.1 Nombre y Objetivos de la Propuesta de Aplicabilidad

El título de la propuesta es: “Impacto que causa externamente los nuevos recursos audiovisuales promocionales del CDE y plataforma CONTACT”

5.1.1 Objetivos

- Divulgación de video promocional institucional a terceros, con el objetivo de ser reproducido en reuniones con aliados estratégicos, futuros emprendedores a los cuales se apoye, y sesiones con gobierno. Así provocar una comunicación más interactiva, atractiva y directa sobre quién es el CDE. Entregando este entre el 18 de octubre y 30 de noviembre del 2021.
- Atracción efectiva de emprendedores y ciudadanos a la plataforma CONTACT, mediante la promoción de videos boca a boca, animado de crear una cuenta en tres simples pasos y video sobre beneficios / características de CONTACT. Con lanzamiento de videos al público a partir del 18 de noviembre del 2021.
- Concluir con la guía de contactos claves en medios de comunicación en Honduras, que pretende aplicarse a futuro para relaciones institucionales estratégicas con el fin de promover el CDE y sus proyectos. Con fecha de entrega el 30 de noviembre del 2021.

5.2 Estrategia Metodológica Implementada

Para el desarrollo de los videos se utilizaron tres metodologías, tanto de producciones audiovisuales como administrativas. La primera es Lluvia de Ideas, la segunda Diagrama de Gantt, y la tercera Sketch Audiovisual. Se seleccionaron estos métodos debido a la simplicidad de las producciones, el corto plazo de trabajo para entrega de productos finales, una visualización previa de los trabajos antes de comenzar a grabar y la rápida transformación de ideas de lo mental, a verbal y visual. Para la elaboración de los videos se realizaron los tres pasos de producción: Pre - Pro - Post.

5.2.1 Lluvia de ideas

El éxito no pertenece a una sola persona. Las grandes ideas son elaboradas muchas veces por un colectivo y la lluvia de ideas es el procedimiento a través del cual lo hacen. En 1939, Alex Faickney Osborn estaba investigando sobre diferentes maneras de generar creatividad. Se percató de que la mejor manera de ser creativo en un proyecto es a través de la interacción y el trabajo en equipo. Todos juntos podían dar sus opiniones y sugerencias sobre un tema determinado. Creó de esta manera la lluvia de ideas.

Es una técnica utilizada en el trabajo en equipo para generar nuevas ideas o solucionar un determinado problema. Hoy día, es altamente empleada en las reuniones laborales o en debates. Lluvia de ideas significa pensar rápida y espontáneamente sobre un tema propuesto. Osborn advirtió que debe estar enfocada en un solo problema cada vez. Demasiadas interrogantes a debatir pueden causar caos. Todos los participantes

en el debate ofrecen las ideas que tengan y estén relacionadas con el asunto a discutir. Un moderador escribe las ideas generadas donde puedan ser vistas por todos. Lo mejor es una pizarra. Luego se intenta relacionar todo lo dicho y de esas combinaciones se intenta generar una solución o la próxima gran idea de tu empresa.

(CoworkingFY, 2021)

5.2.2 Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt es una herramienta de gestión de proyectos en la que se recoge la planificación de un proyecto. Normalmente tiene dos secciones: en la parte izquierda se incluye una lista de tareas y, en la derecha, un cronograma con barras que representan el trabajo. Los diagramas de Gantt también pueden incluir las fechas de inicio y de finalización de las tareas, los objetivos, las dependencias entre tareas y las personas asignadas.

Los gestores de proyectos utilizan los diagramas de Gantt con tres fines principales:

Crear y gestionar un proyecto completo

- Sirven para visualizar los componentes básicos de un proyecto y para organizarlo en tareas más pequeñas y gestionables. Las pequeñas tareas resultantes se programan en la línea de tiempo del diagrama de Gantt, junto con las dependencias entre las tareas, las personas asignadas y los hitos.

Determinar la logística y las dependencias de las tareas

- Los diagramas de Gantt se pueden utilizar para supervisar la logística de un proyecto. Las dependencias de tareas hacen que una tarea nueva solo pueda iniciarse una vez que se haya completado otra. Si una tarea se retrasa (nos puede pasar a cualquiera), las incidencias asociadas se reprograman automáticamente. Esto puede ser especialmente útil cuando se planifica en un entorno con varios equipos.

Supervisar el progreso de un proyecto

- A medida que los equipos registran el tiempo que van a dedicar a incidencias en el plan, puedes supervisar el estado de los proyectos y realizar los ajustes necesarios. Tu diagrama de Gantt puede incluir fechas de lanzamiento, hitos y otras métricas importantes para supervisar el progreso del proyecto.

(Atlassian. (S.F.))

5.2.3 Sketch Audiovisual

El Sketch Audiovisual es una mezcla entre storyboard y storytelling. Es el arte de contar una historia y aprovechar todos los elementos de su atmósfera para transmitir las ideas buscadas con creaciones de terceros. Consiste en la capacidad de comunicar ideas, con la intención de generar el objetivo buscado, con espacio para análisis y cambios antes de comenzar producción.

Con esta herramienta se representan, en forma de esquema, cómo se va a desarrollar una escena. Ayuda a visualizar ideas y conceptos o cómo se interactúa con un cliente. También se utiliza en publicidad, para ilustrar los anuncios. Estas representan un conjunto de viñetas. En ellas, se pueden representar de forma gráfica, aunque sencilla, distintos elementos. Siendo estos montajes y pedazos de otras producciones. Determina el mensaje que deseas transmitir con tu historia y selecciona los conceptos con los que quieres que tu público se sienta identificado. Garantiza que sea un relato que impacte y que contenga una reflexión para tus consumidores (***Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (S.F.)***)

5.2.3 Pre-Pro-Post Producción

Pre-Producción es el más largo de los tres. En este se trabaja la preparación, la logística, la asignación de roles, y donde se desarrollan las tres etapas anteriores del sketch audiovisual, diagrama de Gantt, y lluvia de ideas. La Pro-Producción ya consiste en la grabación de lo que se quiere realizar. Tanto video como audio y utilizando de guía el sketch audiovisual creado. Este dependiendo del proyecto puede ser el más corto o más largo de todas las etapas. La última etapa es la Post-Producción y en esta es donde entra en juego la edición de los elementos audiovisuales grabados. Se utilizan programas como adobe premier, adobe after effects y adobe audition para la creación cinematográfica del video final.

5.3 Desarrollo de la Propuesta de Aplicabilidad

5.3.1 Video Institucional CDE MIPYME

Se comenzó sosteniendo una reunión con las autoridades del CDE MIPYME VS, en esta participaron Jorge Osorio, Rodolfo Molina, Maria Fernanda e Irvin Cubas. Aquí se explicó todo sobre ellos como institución, qué hacen, sus proyectos, sus oficinas, cómo operan, sus áreas, personal, todo.



ILUSTRACIÓN 19 - CDE MIPYME VS
FUENTE: CDE MIPYME VS

Misión

Somos una organización pública-privada del sector social de la economía, especializada en el desarrollo y crecimiento de la micro y pequeña empresa en los departamentos de Copán, Lempira y Ocotepeque. Trabajamos para que las empresas se formalicen, incrementen ingresos y generen empleos, por medio de asistencia técnica personalizada, capacitaciones, alianzas y vinculaciones con organizaciones locales, nacionales y de cooperación para juntos contribuir al desarrollo económico de la región. Brindamos un servicio especializado a través de personal altamente capacitado y sensible para incorporar en el trabajo la equidad de género y la responsabilidad ambiental. Nos esforzamos para cubrir con mayor equidad la demanda de servicios empresariales en la base social, apoyando micro y pequeñas empresas que transforman la materia prima para ofrecer productos con valor agregado y empresas que ofrecen servicios.

Visión

Al 2024 seremos una institución referente de servicios de desarrollo empresarial especializados y adaptados al contexto social, productivo, tecnológico, económico, ambiental, e innovación en la región del occidente de Honduras.

Nuestro Compromiso

Dar prioridad a los intereses de nuestros clientes, a trabajar con profesionalismo, a hablar siempre con la verdad y mantener la confidencialidad de toda la información de nuestros clientes. Lo más importante es nuestro compromiso de brindarles asesoría de alto nivel, servicios de investigación y capacitación, que faciliten la toma de decisiones para la mejora de sus operaciones.

Nuestros Servicios

- Asistencia Técnica Especializada
- Agronegocios
- Inteligencia de Mercado
- Formación Empresarial
- Tecnología TIC
- Desarrollo Económico Local

Nuestra Historia

La Secretaría de Desarrollo Económico (SDE) a través de la Sub Secretaría de la MIPYME y Sector Social de la Economía (MIPYME, SSE) y el Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME) como parte de sus compromisos en apoyar y fortalecer el desarrollo de las MIPYME, han realizado una labor de identificación de análisis de experiencia exitosas que ayuden a fortalecer los programas y proyectos dirigidos a dicho sector.

El CDE-MIPYME ROC es una estructura: público-privada-academia, modelo de generación de desarrollo Empresarial en la región de Occidente, se entregan servicios de desarrollo empresarial a la MIPYME rural y urbana en todo rubro.

ILUSTRACIÓN 20 - CDE MIPYME VS
FUENTE: CDE MIPYME VS

Teniendo claro y a mano toda la información institucional se comenzó con una lluvia de ideas, temas y puntos sobre qué deseaban dar a expresar en el video institucional. La lluvia se segmentó en tres partes. La primera es cosas que buscan dar a conocer, la segunda es puntos que quieren dar a entender qué trabajan y la tercera es hacer énfasis fuerte en beneficios de la institución.

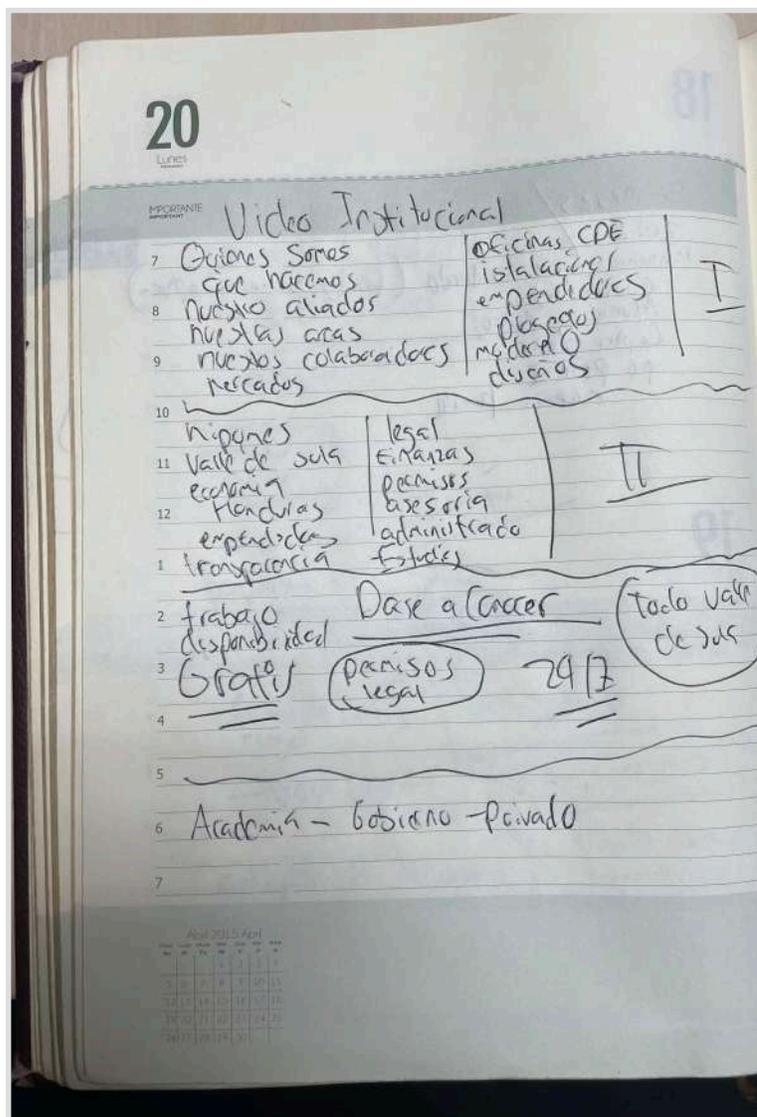


ILUSTRACIÓN 21 - LLUVIA DE IDEAS
FUENTE: ELABORACION PROPIA

La segunda etapa fue crear un diagrama de grabación, este se divide en columnas de la siguiente manera; Bloque haciendo referencia a las diferentes etapas del video, el qué espacio del tiempo total se ubica esa escena, la duración que significa cuándo tendrá de duración ese clip, el medio que si será grabado, animado, o imágenes, una breve descripción de la escena, si ocupa grabación y por último, la duración del bloque.

TITULO		DURACION		VIDEO INSTITUCIONAL			
CDE		02:35					
BLOQUE	TIEMPO	DURACION	MEDIO	DESCRIPCION	GRABACION	DURACION DEL BLOQUE	
1	00:00 - 00:05	5 SEG	IMAGENES	Cortina de entrada del video	NO	30 SEG	
	00:06 - 00:10	5 SEG	VIDEO	Fachada exterior del edificio	SI		
	00:11 - 00:20	10 SEG	VIDEO	Director Ejecutivo da unas palabras	SI		
	00:20 - 00:30	10 SEG	DATOS	Datos relevantes de logros	NO		
A	00:31 - 00:35	5 SEG	VIDEO	Recorrido planta I	SI	5 SEG	
2	00:36 - 00:45	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area I brinda una palabras	SI	30 SEG	
	00:46 - 00:55	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area II brinda una palabras	SI		
	00:56 - 01:05	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area III brinda una palabras	SI		
B	01:06 - 01:10	5 SEG	VIDEO	Breve visualizacion casos de éxito	NO	5 SEG	
3	01:11 - 01:20	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito I	SI	30 SEG	
	01:21 - 01:30	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito II	SI		
	01:31 - 01:40	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito III	SI		
C	01:41 - 01:45	5 SEG	VIDEO	Recorrido planta II	SI	5 SEG	
4	01:46 - 01:55	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area IV brinda una palabras	SI	30 SEG	
	01:56 - 02:05	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area V brinda una palabras	SI		
	02:05 - 02:15	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area VI brinda una palabras	SI		
D	02:16 - 02:20	5 SEG	IMAGENES	Imágenes de apoyo	NO	5 SEG	
5	02:21 - 02:30	10 SEG	VIDEO	TOMA EXTRA	SI	15 SEG	
	02:31 - 02:35	5 SEG	IMAGENES	Cortina de salida del video	NO		
	02:35	FIN	FIN	FIN	FIN		

ILUSTRACIÓN 22 - CRONOGRAMA DE GRABACION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la tercera etapa se procedió a realizar un diagrama de Gantt, asignado así fechas, y etapas para cumplimiento y desarrollo del proyecto. En este se compilo, desde la primera reunión, la pre, pro, post producción, revisores y entrega final. Este fue aprobado por los supervisores en el CDE

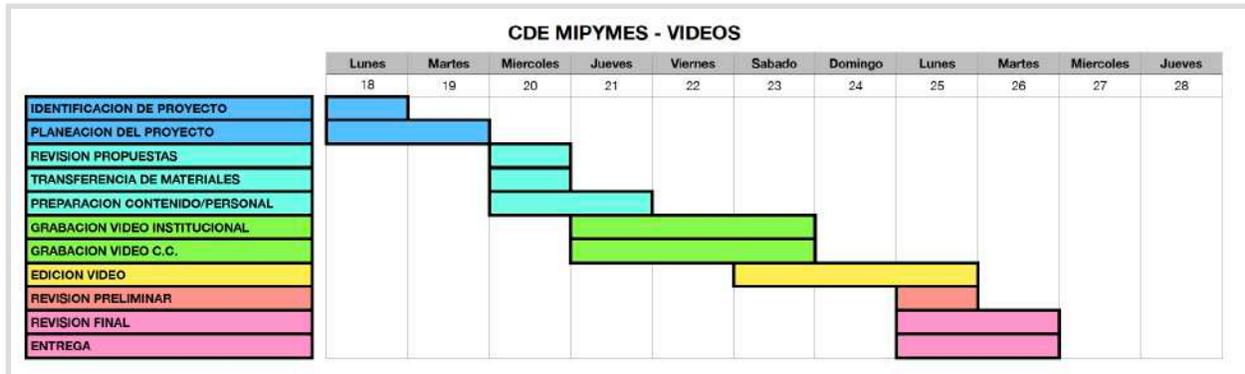


ILUSTRACIÓN 23 - DIAGRAM DE GANTT
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la cuarta etapa se creó el sketch audiovisual, para comenzar a visualizar la idea final del video con imágenes juntas para crear un video preliminar. Este sirvió de referencia para centrar la idea de lo que se buscaba en el video final.



ILUSTRACIÓN 24 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 25 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 26 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 27 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 28 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 29 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA

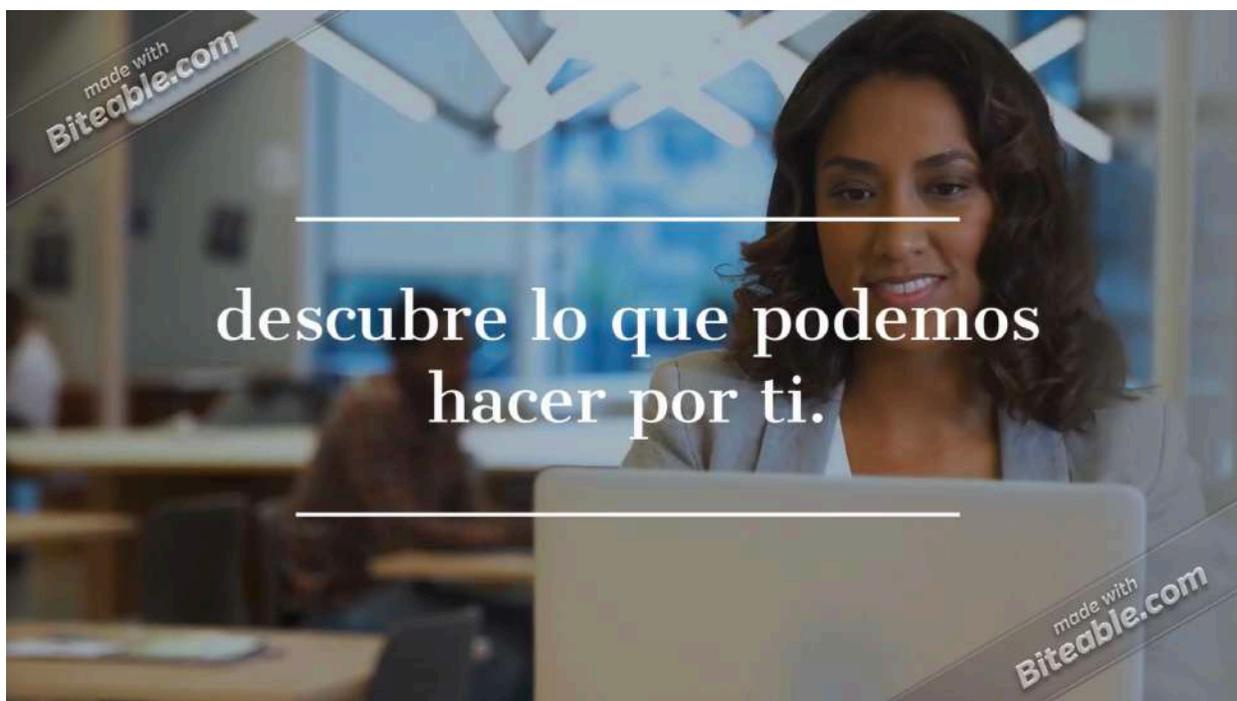


ILUSTRACIÓN 30 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 31 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la quinta etapa, teniendo ya aprobadas visualizaciones de las tomas, ángulos, segmentos y distribución con tiempos se procedió agendar día, hora y colaboradores que apoyarían en la grabación en las instalaciones del CDE MIPYME VS. Se decidió grabar un sábado de 8-12 pm y los entrevistados fueron asignados por la institución, todos directores de sus áreas.

Para la producción ese día se utilizó 2 cámaras, 2 trípodes, un micrófono, 2 sistemas de iluminación y mucho cableado conectando todos los sistemas.



ILUSTRACIÓN 32 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 33 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 34 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 35 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

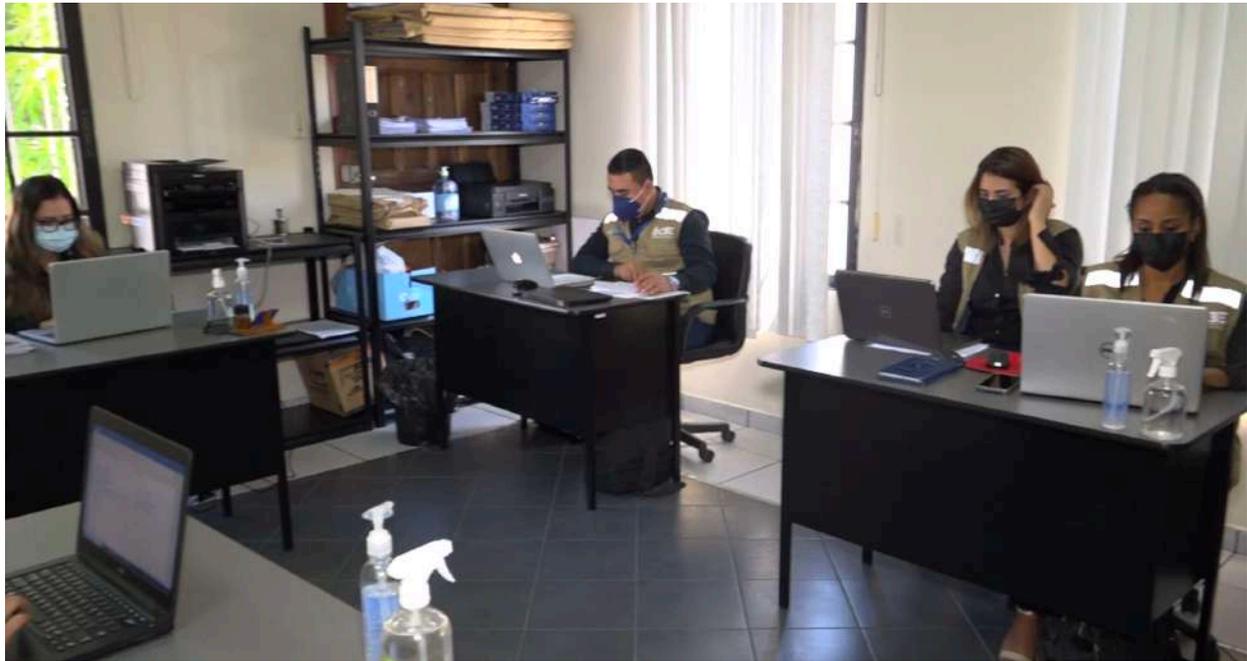


ILUSTRACIÓN 36 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 37 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

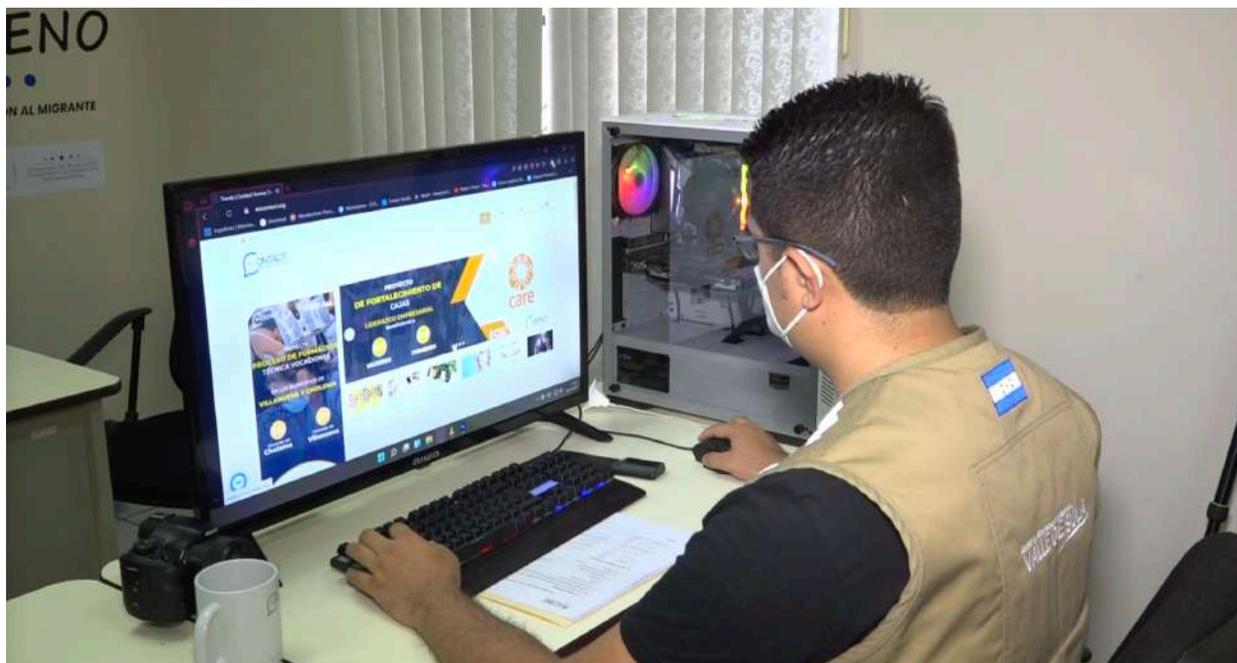


ILUSTRACIÓN 38 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 39 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para la sexta etapa, se realizó la postproducción, aquí es donde se editó el audio y los diferentes videos grabados para crear una sola composición. Se utilizó el programa Adobe Premier para la edición de video y Adobe Audition para la edición de audio.

Los bloques estipulados en el diagrama de grabación, a según se iba completando su edición se iban enviando al grupo de WhatsApp donde en el cual están los supervisores de este proyecto de graduación del CDE MIPYME VS. Al tener todos los bloques editados, se unieron y se entregó el video final terminado.



ILUSTRACIÓN 40 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 41 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 42 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 43 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.3.2 Video Contact Boca a Boca

Se comenzó sosteniendo una reunión con las autoridades del CDE MIPYME VS, en esta participaron Jorge Osorio, Rodolfo Molina, Maria Fernanda e Irvin Cubas. Aquí se explicó sobre la plataforma Contact, que giro comercial le están dando y que tipo de mercadeo están promoviendo sobre esta. Como nace este proyecto, como funciona, a donde apuntan y porque el promover el boca a boca.

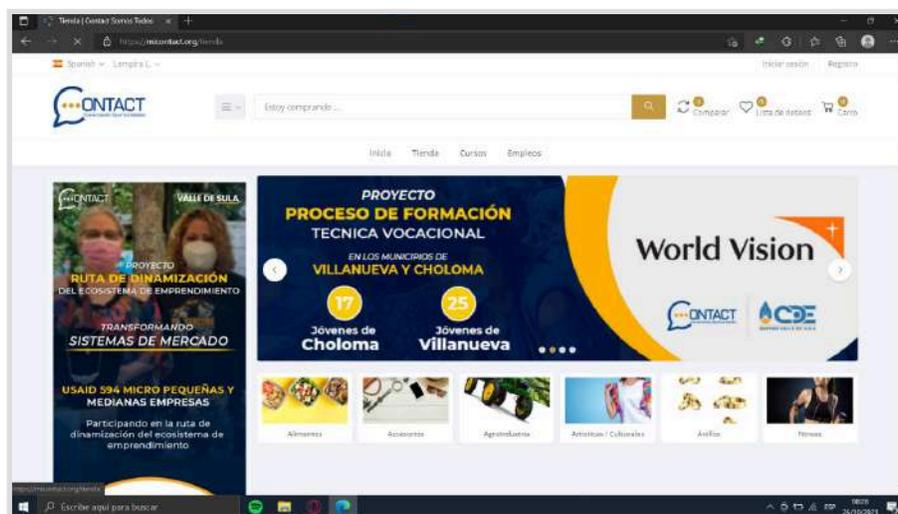


ILUSTRACIÓN 44 - CAPTURA DE CONTACT
FUENTE: ELABORACION PROPIA

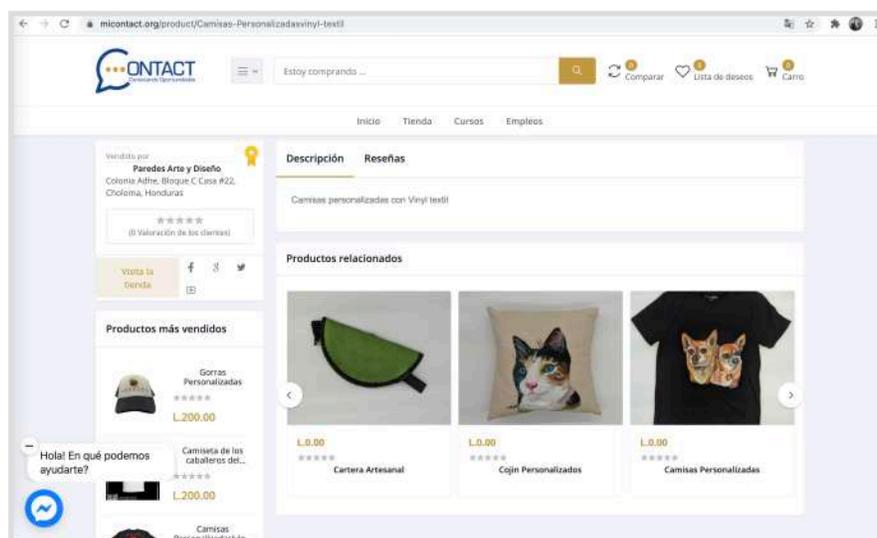


ILUSTRACIÓN 45 - CAPTURA DE CONTACT
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Teniendo claro y a mano toda la información de la plataforma Contact se comenzó con una lluvia de ideas, temas y puntos sobre qué deseaban dar a expresar en los videos. Se tomó la decisión de realizar tres videos, utilizando jóvenes, y en ambiente sociable como la oficina, restaurante, parque entre otros. Se decidió el formato boca a boca para mostrar una forma de expresión natural de la plataforma y no tanto forzada como un comercial tradicional que solo expresa los beneficios al golpe.

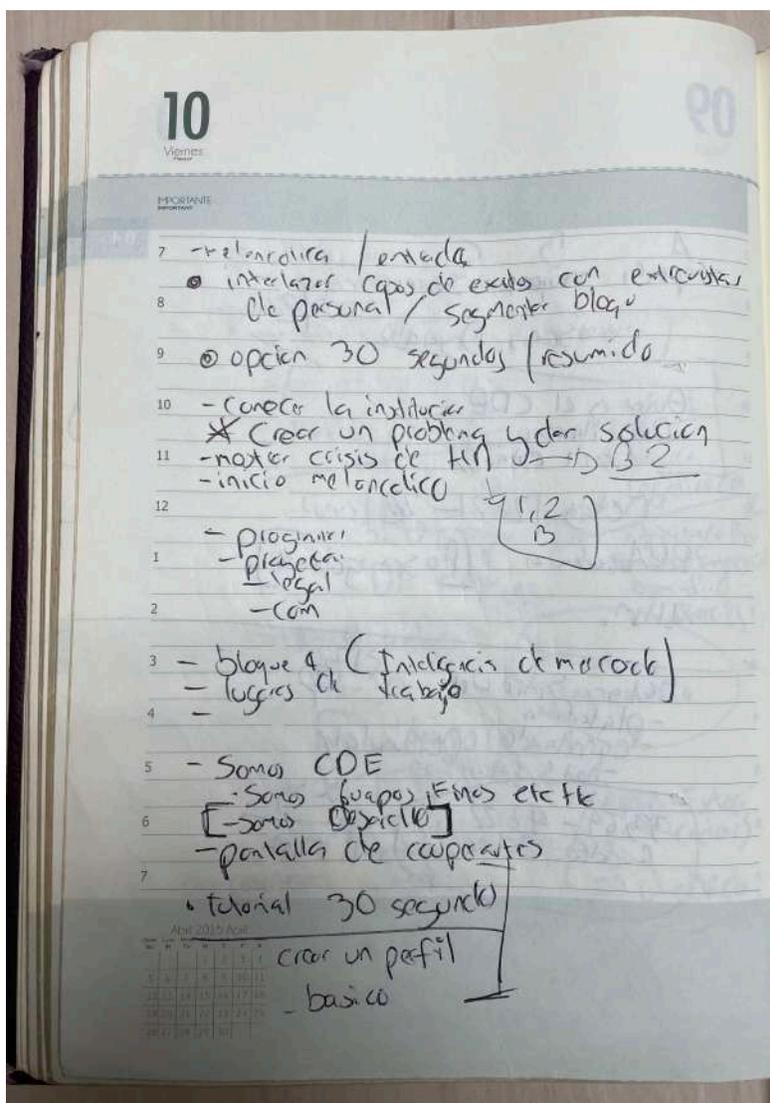


ILUSTRACIÓN 46 - LLUVIA DE IDEAS
FUENTE: ELABORACION PROPIA

La segunda etapa fue la preproducción, en esta se buscó colaboradores terceros ad honorem que ayudaran con las grabaciones de videos como actores. Al igual que la reservación de una oficina durante toda una tarde para realizar las grabaciones. En esta etapa no participaron las instalaciones del CDE MIPYME VS ni su personal.

En la tercera etapa se procedió a realizar un diagrama de Gantt, asignando fechas, y etapas para cumplimiento y desarrollo del proyecto. En este se compilo, desde la primera reunión, la pre, pro, post producción, revisores y entrega final. Este fue aprobado por los supervisores en el CDE.

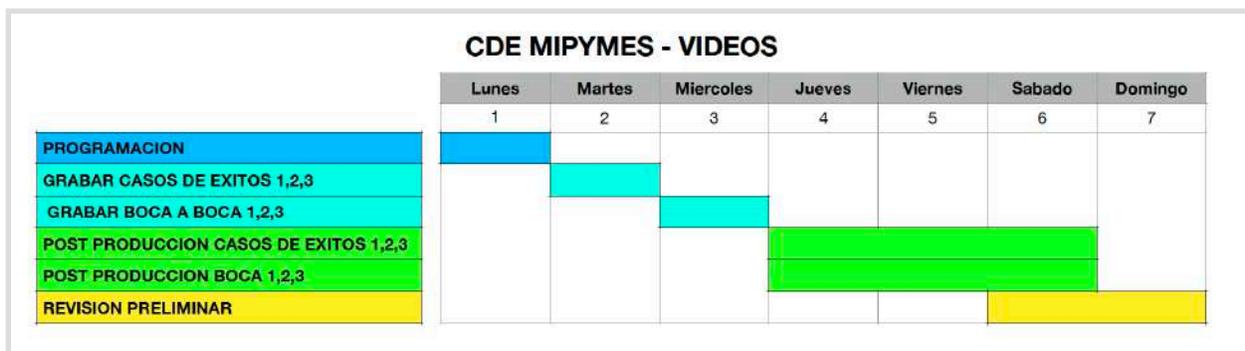


ILUSTRACIÓN 47 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la cuarta etapa se creó el sketch audiovisual, para comenzar a visualizar las ideas finales de los videos con imágenes juntas para crear un video preliminar. Este sirvió de referencia para centrar las temáticas de lo que se buscaba en el video final. Se decidió promover productos que son tradicionales de emperadores, como una camiseta lenta, una masetera de madera y una salsa cacera.



ILUSTRACIÓN 48 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE



ILUSTRACIÓN 49 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE



ILUSTRACIÓN 50 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE



ILUSTRACIÓN 51 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE



ILUSTRACIÓN 52 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE



ILUSTRACIÓN 53 - SKETCH AUDIOVISUAL
FUENTE: GOOGLE

En la quinta etapa, teniendo ya aprobadas visualizaciones de las tomas, ángulos, segmentos y distribución con tiempos se procedió agendar día, hora y colaboradores que apoyarían en la grabación en las instalaciones del CDE MIPYME VS. Se decidió grabar un sábado de 8-12 pm y los entrevistados fueron asignados por la institución, todos directores de sus áreas.

Para la producción ese día se utilizó 2 cámaras, 2 trípodes, un micrófono, 2 sistemas de iluminación y mucho cableado conectando todos los sistemas.



ILUSTRACIÓN 54 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 55 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

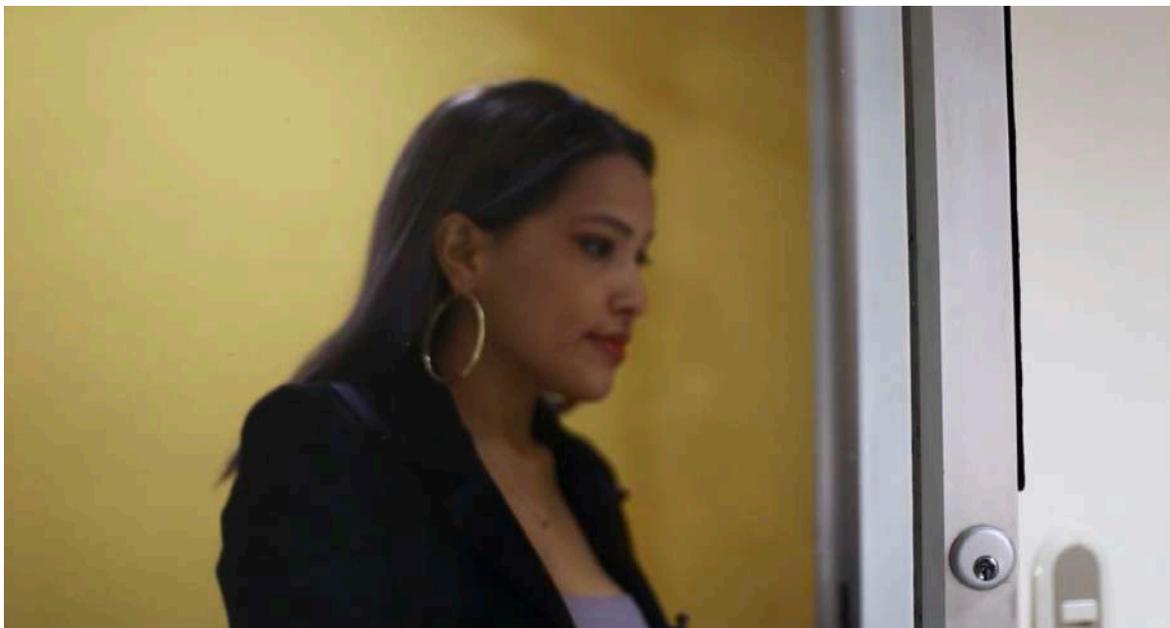


ILUSTRACIÓN 56 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

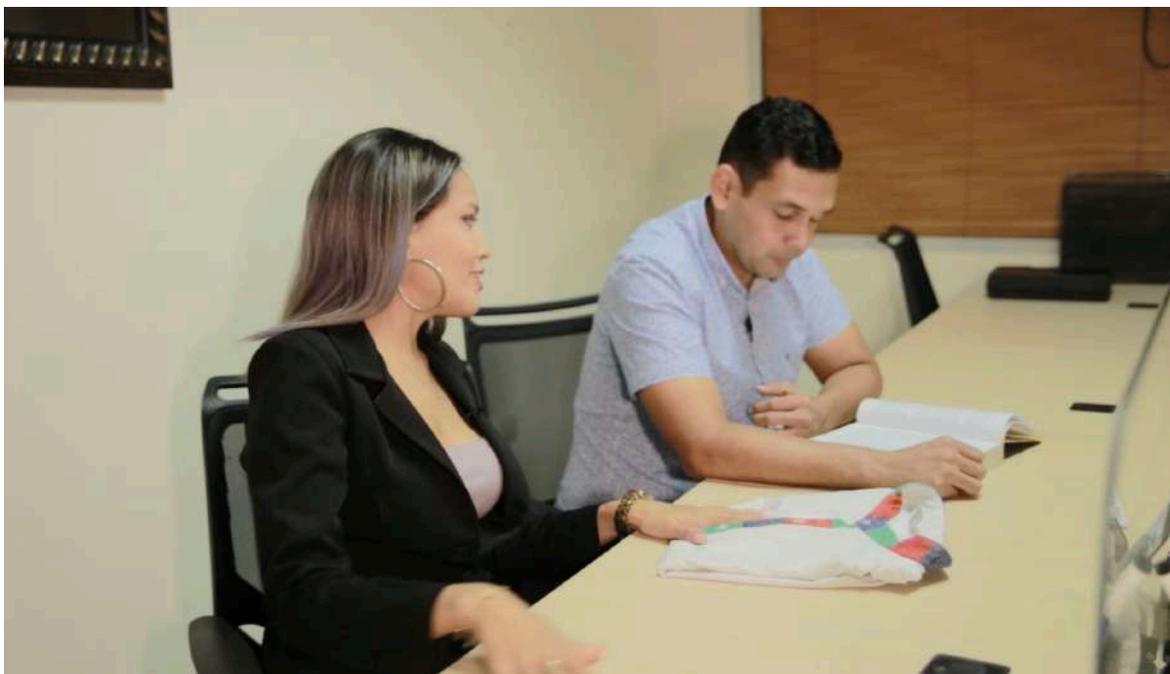


ILUSTRACIÓN 57 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

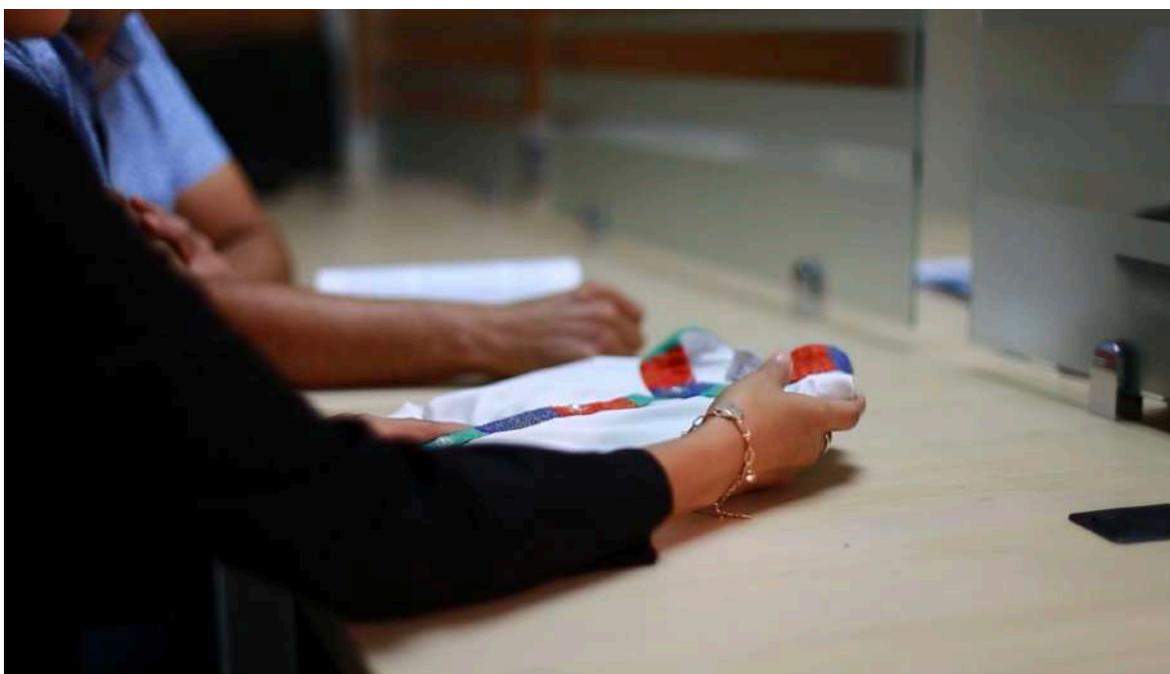


ILUSTRACIÓN 58 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 59 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

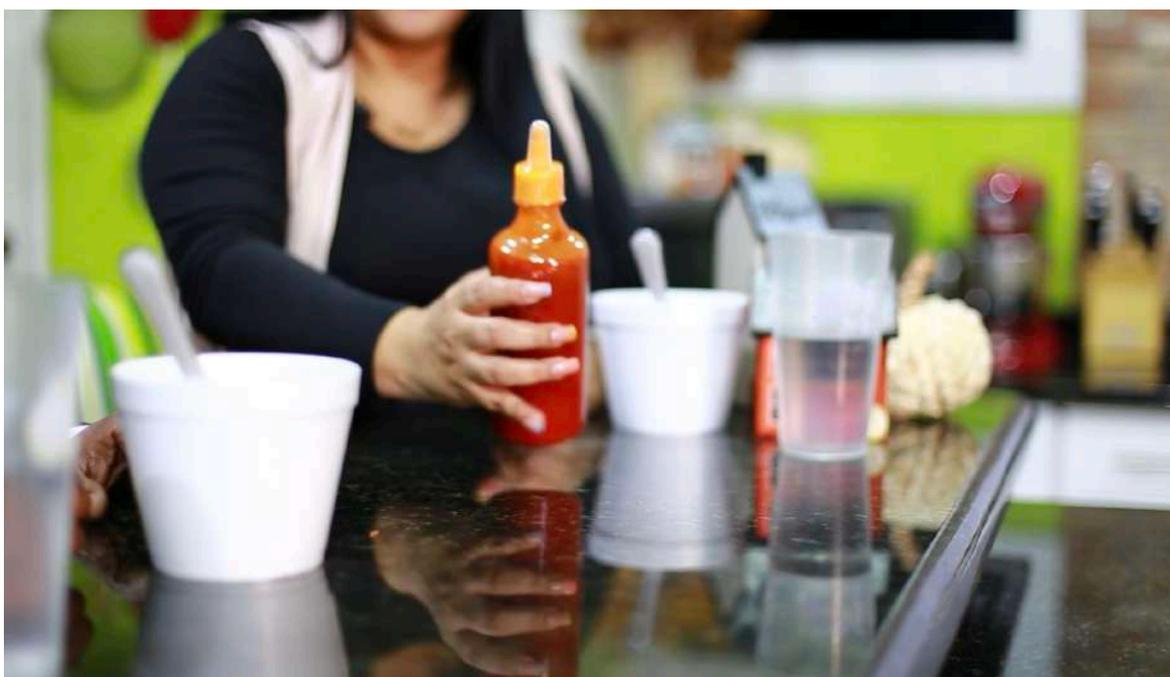


ILUSTRACIÓN 60 - CAPTURA DE VIDEO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para la sexta etapa, se realizó la postproducción, aquí es donde se editó el audio y los diferentes videos grabados para crear las tres composiciones. Se utilizó el programa Adobe Premier para la edición de video y Adobe Audition para la edición de audio.

Cada boca a boca duro 15 segundos, la cortina de salida fue proveída por el CDE MIPYME VS, a según se iba completando su edición se iban enviando al grupo de WhatsApp donde en el cual están los supervisores de este proyecto de graduación del CDE MIPYME VS. Al tener todos los BOCA A BOCA listos, se enviaron en un we transfer.

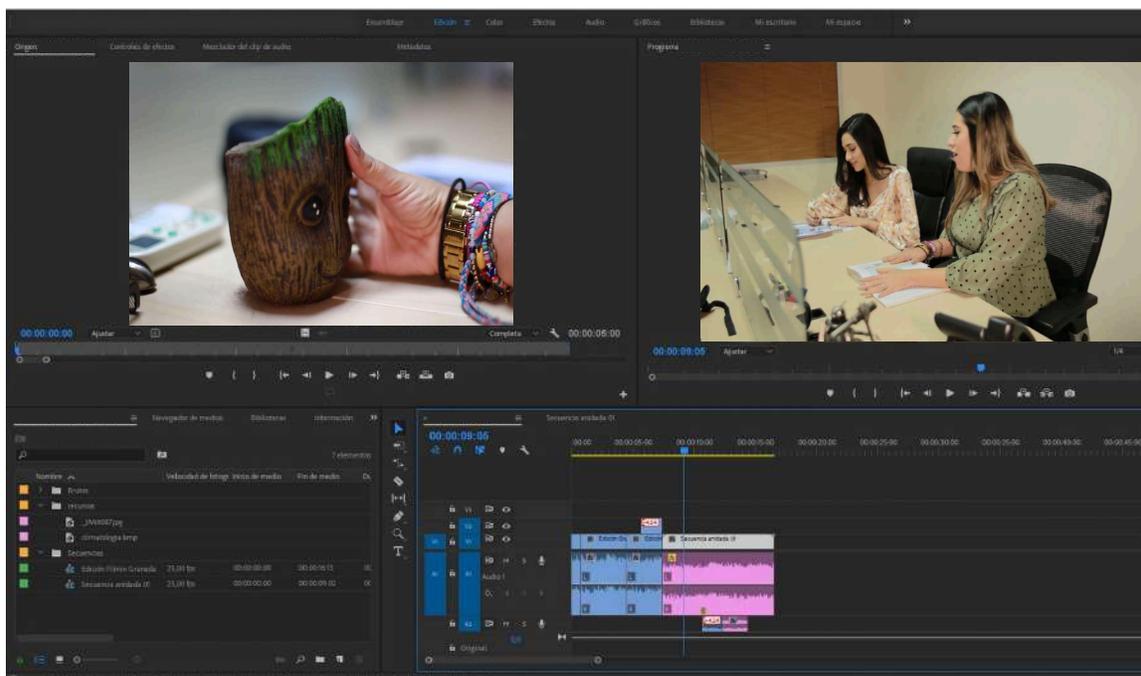


ILUSTRACIÓN 61 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

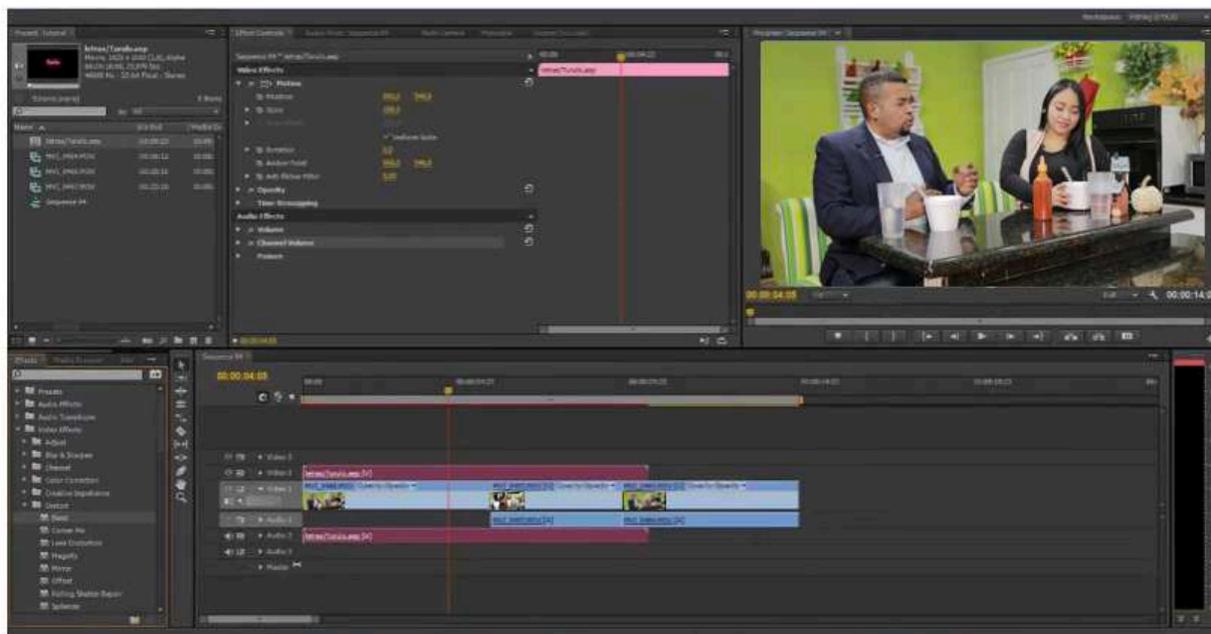


ILUSTRACIÓN 62 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 63 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.3.3 Videos Casos de Exito

Se comenzó sosteniendo una reunión con las autoridades del CDE MIPYME VS, en esta participaron Jorge Osorio, Rodolfo Molina, Maria Fernanda e Irvin Cubas. Aquí se explicó sobre como la institución apoya a los emprendedores. Qué aportes y beneficios brinda el CDE MIPYME VS cuando un emprendedor se afilia a ellos. Se explicó con qué sectores trabajan y algunos casos de estos



ILUSTRACIÓN 64 - EMPRENDEDORES
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 65 - EMPRENDEDORES
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Teniendo claro y a mano toda la información de los emprendedores se comenzó con una lluvia de ideas, temas y puntos sobre qué deseaban dar a expresar en los videos. Se tomó la decisión de realizar tres videos de tres emperadores distintos, todos residentes en San Pedro Sula. Se decidió el formato de casos de éxitos para mostrar de una forma real como el CDE MIPYME VS ha ayudado a sus afiliados.

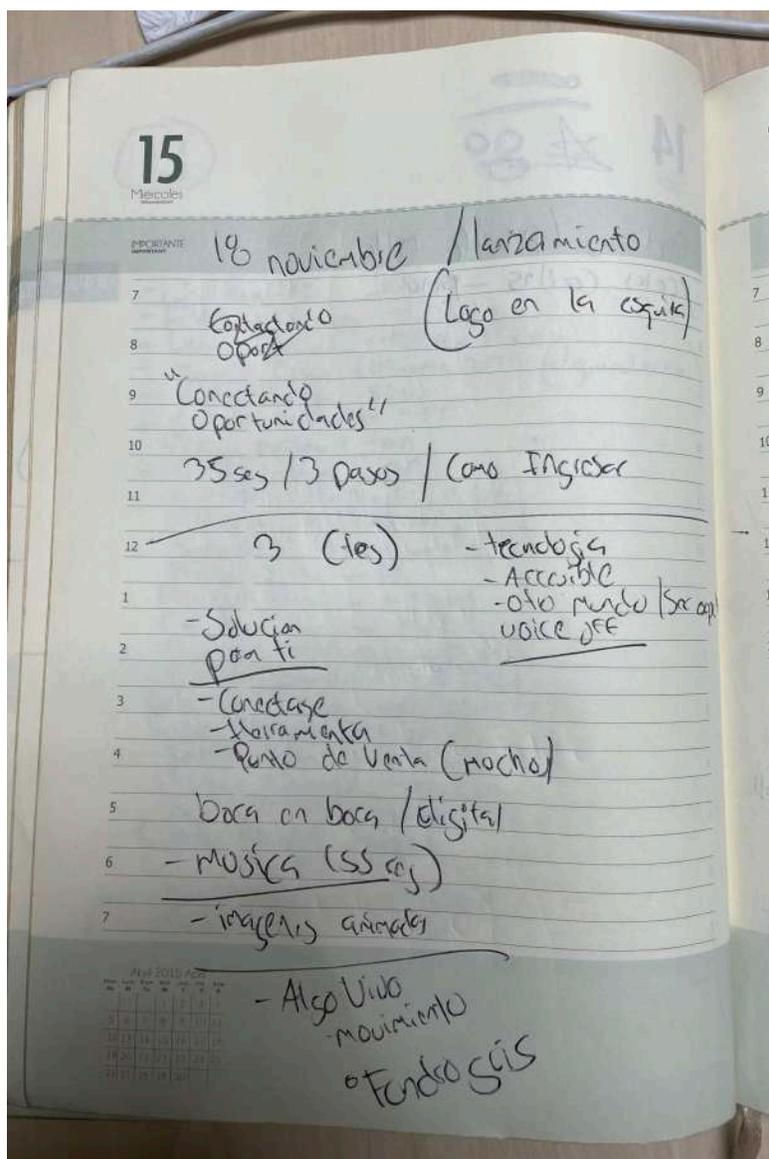


ILUSTRACIÓN 66 - LLUVIA DE IDEAS
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la tercera etapa se procedió a realizar un diagrama de Gantt, asignando fechas, y etapas para cumplimiento y desarrollo del proyecto. En este se compiló, desde la primera reunión, la pre-pro-post producción, revisores y entrega final. Este fue aprobado por los supervisores en el CDE.

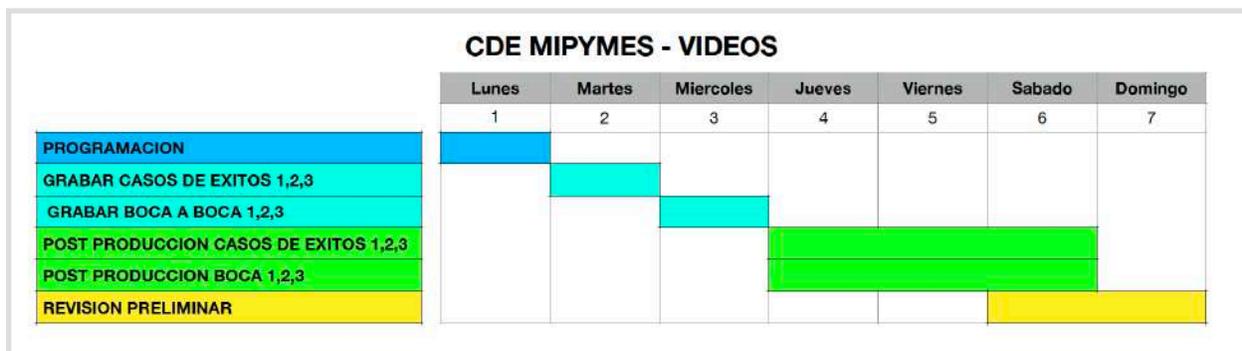


ILUSTRACIÓN 67 - DIAGRAMA DE GANTT
FUENTE: ELABORACION PROPIA

En la cuarta etapa el CDE MIPYME VS asignó los tres emprendedores con que se trabajarían las grabaciones. Estos compartieron los contactos telefónicos de cada uno, se procedió a llamarlos y agendar con ellos día y hora para grabación. En estos videos no se realizó un sketch audiovisual ya que no se tenía información previa de cómo sería cada local donde se grabaría.

En la quinta etapa, teniendo ya agendados a los emprendedores se procedió a grabar con estos. Se visitó presencialmente donde estos elaboran sus piezas/productos. Para la grabación estos dieron unas palabras en formato de entrevista sobre quienes son, que hacen, en que consiste su emprendimiento, algunos productos y cómo el CDE MIPYME VS les ha ayudado en todo su proceso de emprendimiento.

Para la producción ese día se utilizó 2 cámaras, 2 trípodes, un micrófono, 2 sistemas de iluminación y mucho cableado conectando todos los sistemas.



ILUSTRACIÓN 68 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 69 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO
FUENTE: ELABORACION PROPIA



ILUSTRACIÓN 70 - EMPRENDEDOR CASO DE EXITO
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para la sexta etapa, se realizó la postproducción, aquí es donde se editó el audio y los diferentes videos grabados para crear las tres composiciones. Se utilizó el programa Adobe Premier para la edición de video y Adobe Audition para la edición de audio.

Cada caso de éxito dura 1 minuto, la cortina de salida fue proveída por el CDE MIPYME VS, a según se iba completando su edición se iban enviando al grupo de WhatsApp donde en el cual están los supervisores de este proyecto de graduación del CDE MIPYME VS. Al tener todos los Casos de Éxito listos, se enviaron en un we transfer.



ILUSTRACIÓN 71 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

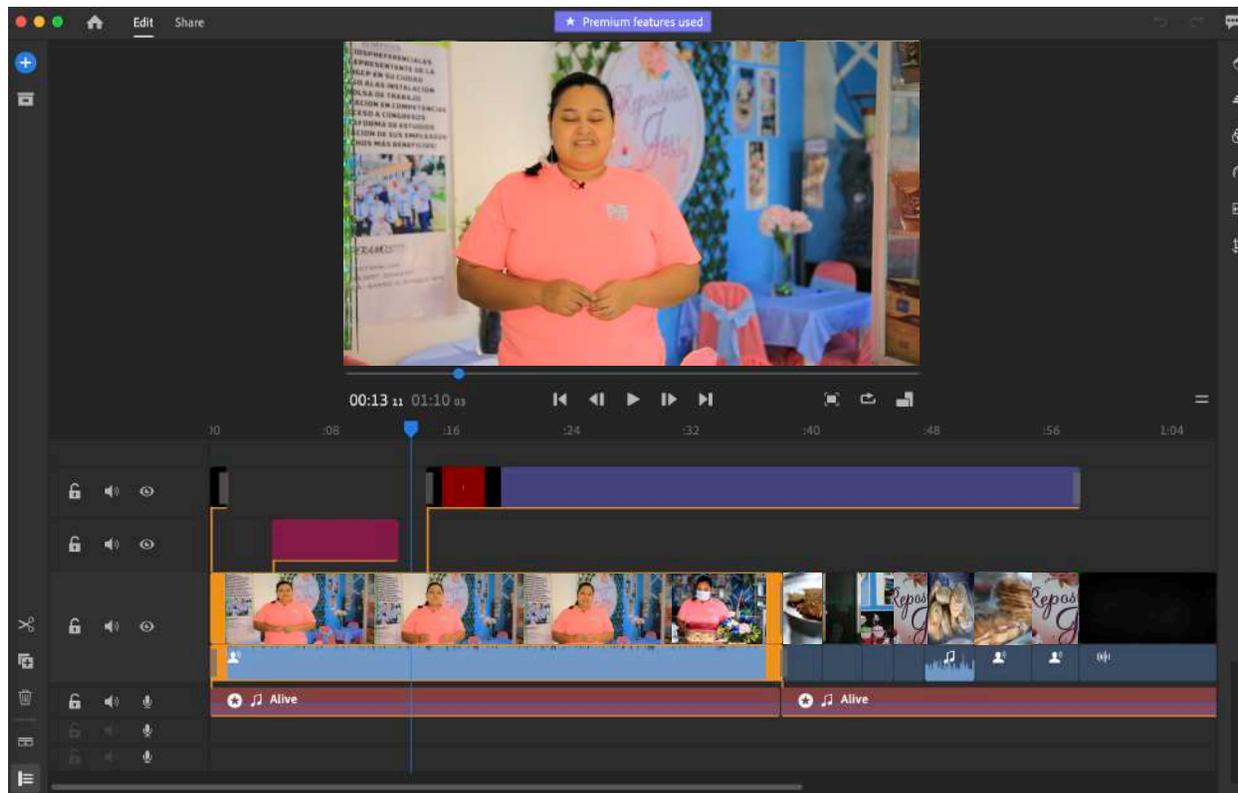


ILUSTRACIÓN 72 - CAPTURA DE EDICION
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.4 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

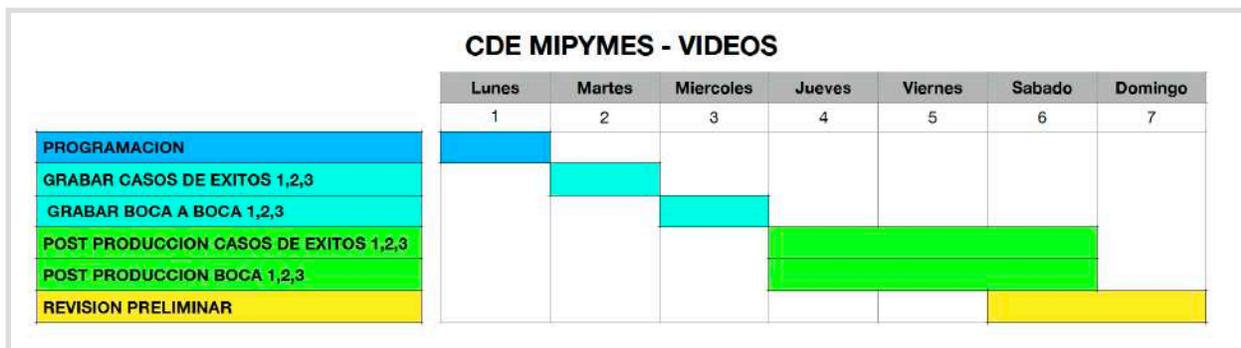


ILUSTRACIÓN 74 - CRONOGRAMA CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

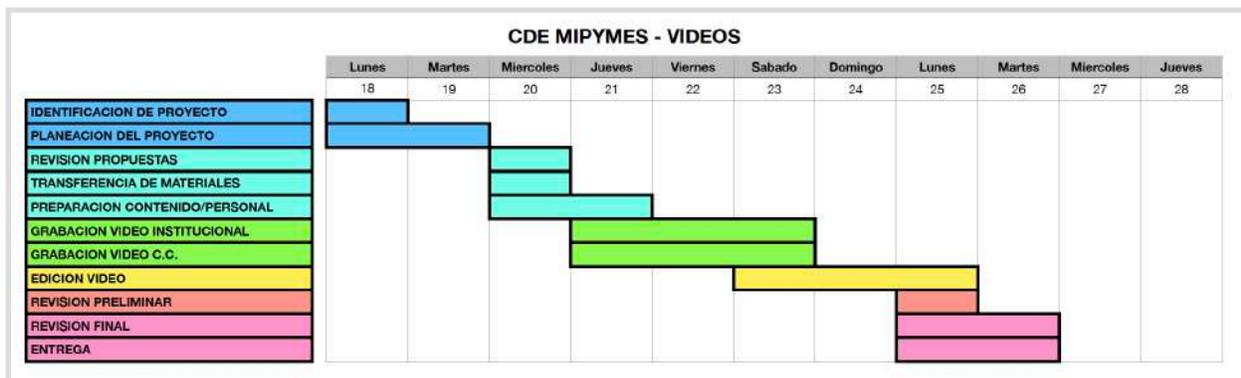


ILUSTRACIÓN 75 - CRONOGRAMA CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

TITULAR	DURACION	VIDEO INSTITUCIONAL				
CDE	02:35					
BLOQUE	TIEMPO	DURACION	MEDIO	DESCRIPCION	GRABACION	DURACION DEL BLOQUE
1	00:00 - 00:05	5 SEG	IMAGENES	Cortina de entrada del video	NO	30 SEG
	00:06 - 00:10	5 SEG	VIDEO	Fachada exterior del edificio	SI	
	00:11 - 00:20	10 SEG	VIDEO	Director Ejecutivo da unas palabras	SI	
	00:20 - 00:30	10 SEG	DATOS	Datos relevantes de logros	NO	
A	00:31 - 00:35	5 SEG	VIDEO	Recorrido planta I	SI	5 SEG
2	00:36 - 00:45	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area I brinda una palabras	SI	30 SEG
	00:46 - 00:55	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area II brinda una palabras	SI	
	00:56 - 01:05	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area III brinda una palabras	SI	
B	01:06 - 01:10	5 SEG	VIDEO	Breve visualizacion casos de éxito	NO	5 SEG
3	01:11 - 01:20	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito I	SI	30 SEG
	01:21 - 01:30	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito II	SI	
	01:31 - 01:40	10 SEG	NARRATIVA	Caso de Exito III	SI	
C	01:41 - 01:45	5 SEG	VIDEO	Recorrido planta II	SI	5 SEG
4	01:46 - 01:55	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area IV brinda una palabras	SI	30 SEG
	01:56 - 02:05	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area V brinda una palabras	SI	
	02:06 - 02:15	10 SEG	NARRATIVA	Ejecutivo de Area VI brinda una palabras	SI	
D	02:16 - 02:20	5 SEG	IMAGENES	Imágenes de apoyo	NO	5 SEG
5	02:21 - 02:30	10 SEG	VIDEO	TOMA EXTRA	SI	15 SEG
	02:31 - 02:35	5 SEG	IMAGENES	Cortina de salida del video	NO	
	02:35	FIN	FIN	FIN	FIN	

ILUSTRACIÓN 76 - CRONOGRAMA CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

ACTIVIDADES		TIEMPO: SEMANAS									
PROCESO	DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Contacto con CDE	X									
	Investigación del CDE	X									
	Investigación sobre proyecto	X									
Diagrama Gantt			X								
Lluvia de ideas	Video Institucional			X							
	Videos Boca a Boca (CONTACT)			X							
	Videos Casos de éxito (CONTACT)			X							
	Video 3 simples pasos (CONTACT)			X							
	Video tour de plataforma (CONTACT)			X							
Sketch Audiovisual	Video Institucional				X						
	Videos Boca a Boca (CONTACT)				X						
	Videos Casos de éxito (CONTACT)				X						
	Video 3 simples pasos (CONTACT)				X						
	Video tour de plataforma (CONTACT)				X						
PRE-PRO-POST	Video Institucional					X	X				
	Videos Boca a Boca (CONTACT)					X	X				
	Videos Casos de éxito (CONTACT)					X	X				
	Video 3 simples pasos (CONTACT)					X	X				
	Video tour de plataforma (CONTACT)					X	X				
Guia de Contactos								X			
Entrega	Entrega de material a CDE						X				X
Implementación	Año 2022						X	X	X	X	X

ILUSTRACIÓN 77 - CRONOGRAMA CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.5 Presupuesto Requerido

Un proyecto audiovisual con múltiples piezas es esta campaña para el Centro de Desarrollo Empresarial MIPYMES Valle de Sula. Esto necesito 10 semanas de plantación, reuniones, trabajo para su realización. Al igual que ocupo de equipo de grabación (cámara, micrófono, trípode, cableado, iluminación, y equipos de edición para post producción). El CDE no incurrió en ningún costo de producción debido a ser un proyecto académico de graduación por el estudiante Joaquin Nodarse, el cual pertenece a UNITEC la cual maneja una relación estratégica de apoyo bilateral. El precio de mercado es el promedio entre lo que una agencia creativa cobra por los servicios realizados a lo largo de este proyecto, y lo que cobra un productor freelance. Estos números brindan el aproximado de remuneración que correspondería a la empresa CDE por los productos/servicios brindados, siendo un total del 100% en ahorro. Las cotizaciones reales las pueden encontrar en Anexos.

PRESUPUESTO: VIDEO INSITUCIONAL			
Lugar	Precio	SUMA	Valor de Mercado
IMP	L 25,000	L 39,000	L 19,500
Freelance	L 14,000		

ILUSTRACIÓN 78 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

PRESUPUESTO: VIDEOS BOCA A BOCA (CONTACT)			
Lugar	Precio	SUMA	Valor de Mercado
IMP	L 15,000	L 24,000	L 12,000
Freelance	L 9,000		

ILUSTRACIÓN 79 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

PRESUPUESTO: VIDEO 3 SIMPLES PASOS (CONTACT)			
Lugar	Precio	SUMA	Valor de Mercado
IMP	L 10,000	L 13,000	L 6,500
Freelance	L 3,000		

ILUSTRACIÓN 80 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

PRESUPUESTO: VIDEO BENEFICIOS CONTACT			
Lugar	Precio	SUMA	Valor de Mercado
IMP	L 15,000	L 19,000	L 9,500
Freelance	L 4,000		

ILUSTRACIÓN 81 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

PRESUPUESTO: VIDEOS CASOS DE EXITO			
Lugar	Precio	SUMA	Valor de Mercado
IMP	L 30,000	L 45,000	L 22,500
Freelance	L 15,000		

ILUSTRACIÓN 82 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Si el CDE desea promocionar los videos desarrollados como campañas publicitarias este tiene varias puertas disponibles y aquí si se vuelve una inversión real de mercadeo y publicidad.

PRESUPUESTO PUBLICIDAD			
MEDIO	PRECIO	PRODUCTO	Valor de Mercado
TELEVISION	L 5,000 - L 125,000	VIDEO	N/D
FACEBOOK	L 100 - L 10,000	VIDEO	
INSTAGRAM	L 100 - L 10,000	VIDEO	
GOOGLE	L 100 - L 10,000	VIDEO	
MEDIOS DIGITALES	L 500 - L 25,000	VIDEO	

ILUSTRACIÓN 83 - PRESUPUESTO CDE
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.6 Indicadores de Evaluación de la Propuesta

Los trabajos realizados para el CDE MIPYME VS fueron entregados en tiempo, forma al igual que lanzados al público una vez enviados. El desarrollo del proyecto fue en conjunto con los tiempos de lanzamiento de la plataforma CONTACT, así que los videos ya fueron puestos en uso. Estos están siendo utilizados para publicar en las redes sociales del CDE MIPYME VS, en reuniones con aliados estratégicos, emprendedores y gobierno. Al igual que son compartidos con medios de comunicación en visitas promocionales que efectúa el CDE MIPYME VS a estos. Los indicadores quedan establecidos y a disposición de la empresa para que esta pueda evaluar si lo que aprobaron realmente les funcionará para bien.

5.6.1 VIDEO INSTITUCIONAL CDE MIPYME VS

El video promocional institucional, pretende solucionar la falta de una guía visual, al igual que una explicación mas interactiva sobre quienes son en el CDE MIPYMES VS. Este video debe de beneficiar de manera interna como externa, ya que así se evita que la marca pase por transformaciones libres. Para evaluar el éxito de este, se deberá aplicar una evaluación a quienes lo utilizarán, en este caso serán los representantes del CDE MIPYME VS que asistan a reuniones importantes y pretendan reproducir este video antes los presentes de la reunión.

Para la evaluación de este producto se debe de realizar una encuesta a todos los empleados que pretendan reproducir el video durante reuniones. Se medirá de acuerdo a que la cantidad de votos positivos sea mayor a la cantidad de votos negativos, juntando a que si hay 2 puntos de 3 significa que el video es exitoso para explicar quienes son en el CDE MIPYMES VS, si este obtiene 3 de 3 puntos significa que el video puede sustentarse por si solo sin necesidad de una explicación extra, si este obtiene 1 de 3 o incluso 3 de 3 puntos negativos significa que el video ha fracasado.



ILUSTRACIÓN 84 - INDICADOR DE EVALUACIÓN
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5.6.2 VIDEOS DE CONTACT

Para el evento del lanzamiento de la marca Contact, se presentarán una serie de videos promocionales a los invitados, el enfoque de estos productos es mostrarles a estos que es la plataforma, sus características, beneficios, casos de éxito y modus operandi.

Siendo un producto nuevo para el CDE MIPYMES VS y la comunidad de emprendedores, estos videos ayudarán no solo en el evento, si no que para luego ser utilizados en campañas de mercadeo en medios digitales, y tradicionales. Para medir el éxito de estos productos CDE MIPYMES VS debe llevar métricas sobre impresiones, alcances y reacciones en las redes sociales donde los publico, al igual que ratings a posteriori si llega a pautar en radio o televisión. También debe llevar un control-registro de nuevos usuarios en la plataforma Contact para medir si son gracias a los videos promocionales divulgados. Si el porcentaje de personas que se unieron a la plataforma es mayor a la mitad de emprendedores que CDE orienta, significa que han comprendido el beneficio que les brinda la plataforma, si este es menor significa que no lo han comprendido y el producto promocional no funcionó.

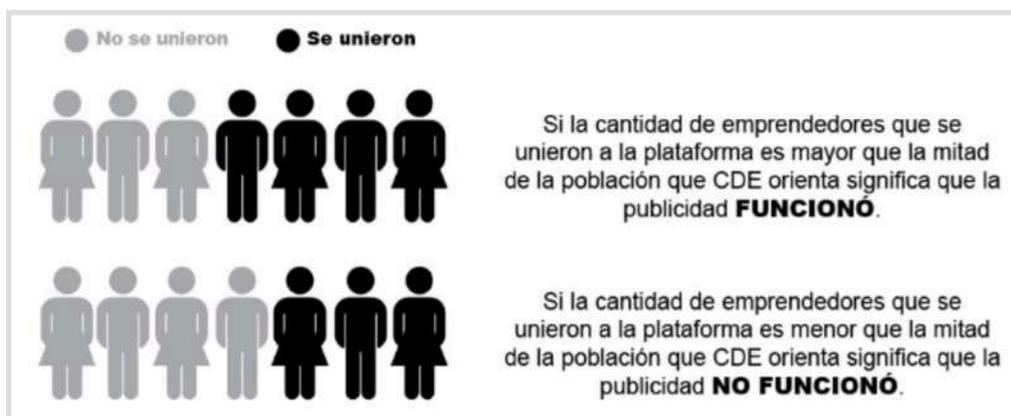


ILUSTRACIÓN 85 - INDICADOR DE EVALUACIÓN
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5.6.3 GUÍA DE CONTACTOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Debido a que CDE MIPYMES VS desea comenzar a explotar comercialmente la plataforma Contact, estos deben tener contactos claves en medios de comunicación.

Así realizar visitas estratégicas a programas, entrevistas claves y campañas de publicidad. Una vez que CDE aplique esta nueva imagen debe de evaluar el impacto que esta tiene, es decir si cumple con los objetivos esperados. Para ello el CDE MIPYMES VS debe aplicar una encuesta en la cual incluya los siguientes criterios:

- Nuevos usuarios registrados en la plataforma tras visita al medio de comunicación
- Se recibieron más visitas de emprendedores a las instituciones del CDE MIPYME VS
- Si la empresa detecta un nuevo público

Una vez que CDE MIPYME VS evalúe todos estos criterios se revela si la mayoría de contactos son beneficios o sin generar cambio y así se podrá identificar si el cambio fue un éxito o no.

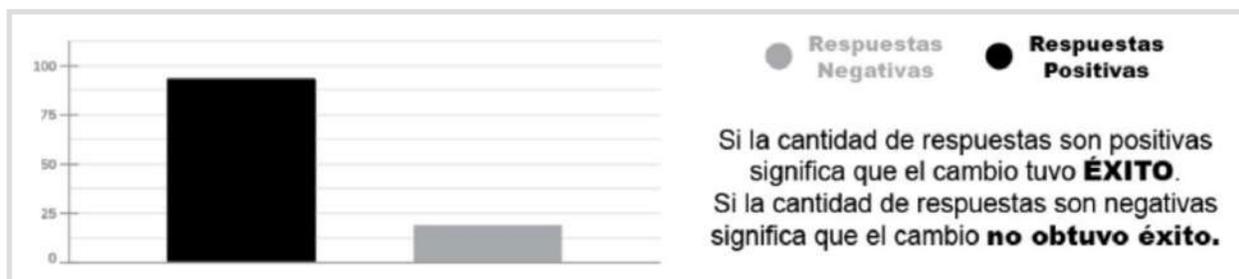


ILUSTRACIÓN 86 - INDICADOR DE EVALUACIÓN
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

**CA
PÍ
TU
LO VI**

Conclusiones y
Recomendaciones

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

6.1.1

CDE MIPYME VS recibió un servicio completo de producciones audiovisuales, en el cual se cubrieron exitosamente las tres (3) necesidades principales desarrolladas y plasmadas a lo largo de este informe. Para ello se implementó la investigación, el trabajo en campo y así concluir con las soluciones más convenientes a las necesidades.

6.1.2

CDE MIPYME VS cuenta con una guía de contactos en medios de comunicación de Honduras para extender relaciones comerciales, con nombres, apellidos, números y puestos dentro de cada empresa.

6.1.3

CDE MIPYME VS posee videos promocionales de la plataforma Contact para la divulgación de estos mismos, los cuales fundieron un rol importante en el evento del lanzamiento, visitas a medios de comunicación y campañas de mercadeos en ejecución.

6.1.4

CDE MIPYME VS adquirió un video institucional que facilita la presentación de la institución ante personajes ajenos a esta. Se guía en las bases de quienes son, que hacen y hacia donde van.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Recomendaciones CDE MIPYME VS

Se recomienda difundir en todos los medios disponibles los videos sobre la plataforma Contact, ya sea redes sociales, medios de comunicación tradicionales (TV, Radio), plataformas de comunicación rápida (Whatsapp, Telegram, Signal); Así poder dar a conocer en forma amplia la plataforma.

Si el CDE MIPYME VS desea realizar un cambio a las producciones audiovisuales o reutilizar clips para nuevas creaciones, se recomienda guardar al menos tres copias de los proyectos en adobe, al igual que una carpeta con todos los videos grabados. Así en caso no tener contacto con alguno de los responsables del respaldo, se tiene dos opciones más. Al igual que se abre la oportunidad a nuevas creaciones por tener los respaldos y documentos originales.

Se recomienda al CDE MIPYME VS mantener un mejor orden en cuanto a las estrategias de comunicación y mercadeo en cuanto a directrices. Debido a que múltiples cabezas brindando diferentes órdenes, contradictorias unas con las otras por indecisiones puede causar atrasos tanto para la empresa como en el proceso en proyectos en ejecución.

6.2.2 Recomendaciones UNITEC

Introducir más trabajo en campo y manejo de equipo profesional en el p^éns^um acad^émico, así el estudiante adquiere experiencia valiosa que facilite y mejore en el mundo laboral.

Como estudiante que posee sus propias empresas, genera empleos y aporta a la economía, la universidad debería estar más abierta a casos especiales como este. La misión de Unitec es “Formar profesionales líderes” más no permite que sus estudiantes quienes ya emprendieron exitosamente trabajen en sus proyectos. Se recomienda a Unitec respetar a su misión y revisar sus estat^us.

Se recomienda a Unitec ampliar el portafolio de proyectos de graduación disponibles para los estudiantes. Al comienzo del trimestre solo había una opción, para una universidad que promociona ser la más conectada globalmente de Honduras.

6.2.3 Recomendaciones Futuros Alumnos

Mantener contacto continuo con la empresa donde se realiza el proyecto de graduación. Establecer una vía de comunicación rápida vía WhatsApp es clave para acelerar procesos y trabajos.

Preguntarle sobre todo a la Coordinadora de Proyecto respecto a la realización del informe, así no pierde puntos y llega al límite de no cumplir los requisitos mínimos para pasar a terna. Mejor que sobre la información a que hagan falta los puntos.

Desde el primer día crear un calendario de Gantt, donde se distribuya todo el trabajo, tanto de avances del informe, como de la empresa donde se actúa el proyecto de graduación. Facilitará la adjudicación de tiempo, se cumplirá con fechas estipuladas, se evitaban sorpresas a última hora y aportará a una mejor calidad de trabajo final.

**BI
BLIO
GRA
FÍA**

Bibliografía

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). Centros de desarrollo empresarial en América Latina: lecciones de política de cinco experiencias institucionales. Obtenido de Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/21):
- Secretaria de MiPymes Gobierno de Colombia. (s.f.). Centro de Desarrollo Empresarial. Obtenido de <https://www.mipymes.gov.co>:
<https://www.mipymes.gov.co/programas/centro-de-desarrollo-empresarial>
- Consejo Nacional de Inversiones. (06 de Mayo de 2021). La MIPYME, un sector clave para atraer la inversión privada a Honduras. Obtenido de <https://cni.hn>:
<https://cni.hn/la-mipyme-un-sector-clave-para-atraer-la-inversion-privada-a-honduras/>
- VISA. (10 de Marzo de 2021). ¿Qué es e-commerce o Comercio Electrónico?. Obtenido de <https://www.visa.com.mx>:
<https://www.visa.com.mx/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html>).
- Cumbre de Tuxtla. (25 de Agosto de 2021). Mipymes, clave para el desarrollo de económico mesoamericano. Obtenido de <https://www.scgg.gob.hn>:
<https://www.scgg.gob.hn/es/node/217>).
- Baquedano, K. (28 de Julio de 2021). Mipymes del Valle de Sula tienen nuevo servicio en el CDE. Obtenido de La Prensa:
<https://www.laprensa.hn/sanpedro/mipymes-del-valle-de-sula-tienen-nuevo-servicio-en-el-cde-honduras-KJLP1480956>

- iLifebelt Times. (s.f.). Comercio Electrónico crece en Honduras. Obtenido de <https://ilifebelt.com/>:
<https://ilifebelt.com/comercio-electronico-crece-en-honduras/2016/02/>
- Yamiles Smith. (2012). La investigación o enfoque cualitativo. Obtenido de <http://yamilesmith.blogspot.com/>:
<http://yamilesmith.blogspot.com/2012/06/la-investigacion-o-enfoque-cualitativo.html>
- Rodriguez, C. (2021). PROYECTO DE GRADUACIÓN PROPUESTA DE RENOVACIÓN DE IDENTIDAD DE CDE Y MANUAL DE IDENTIDAD PARA LA MARCA CONTACT. (Pag.70). Honduras: Unitec
- UAEH. (2019). Fundamentos de la Metodología. (Pag. 1) México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- Rodriguez, C. (2021). PROYECTO DE GRADUACIÓN PROPUESTA DE RENOVACIÓN DE IDENTIDAD DE CDE Y MANUAL DE IDENTIDAD PARA LA MARCA CONTACT. (Pag.71). Honduras: Unitec
- UAEH. (2019). Fundamentos de la Metodología. (Pag. 13) México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- CoworkingFY. (6 de Enero de 2021). Lluvia de Ideas | Qué es, cómo hacerla, técnicas de brainstorming. Obtenido de <https://coworkingfy.com/>:
<https://coworkingfy.com/lluvia-de-ideas/>
- Atlassian. (S.F.). ¿Qué es un diagrama de Gantt?. Obtenido de <https://www.atlassian.com/>:
<https://www.atlassian.com/es/agile/project-management/gantt-chart>

- Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (S.F.). La promoción del Sketch Audiovisual. Obtenido de <https://www.esdesignbarcelona.com>:

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-es-y-como-crear-un-storyboard>



GLO

SA

RIO



Glosario

1. Adobe Audition: Es un programa de edición de audio desarrollado por Adobe Systems Incorporated.
2. Adobe Premier: Es un programa de edición de videos desarrollado por Adobe Systems Incorporated.
3. Audiovisual: Que se basa en la utilización conjunta del oído y de la vista, mediante imágenes y sonidos grabados, en especial para elaborar material didáctico o informativo.
4. Boca a boca: Transmisión o difusión de una noticia o un asunto directamente de unas personas a otras, sin la intervención de la publicidad u otro medio de comunicación.
5. Casos de éxitos: Son recursos del Marketing de Contenidos, sirven para contar historias de clientes que han tenido resultados positivos al usar tus productos y mostrar todo el potencial de tu marca.
6. Centro de Desarrollo Empresarial: Son una componente de las políticas de apoyo a las empresas micro, pequeñas y medianas.
7. Concepto: Es el diseño, imagen, construcción o símbolo, concepción, idea u opinión expresada, caracterización. Es la formulación de una idea o una imagen a través de palabras
8. Diagrama de Gantt: Es una herramienta de gestión de proyectos en la que se recoge la planificación de un proyecto.

9. Freelance: Es quien trabaja de forma independiente ofreciendo sus servicios a empresas u otras personas, y que gestiona su tiempo y su forma de trabajar de manera autónoma.
10. Identidad: es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación.
11. Lluvia de ideas: Es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.
12. MIPYME: Mico, Pequeña y Mediana empresa.
13. Metodología de la investigación: Una disciplina que conjunta los procesos y técnicas que deben llevarse a cabo para realizar un estudio.
14. Post Producción: Donde se termina de construir el sentido del producto audiovisual. En esta etapa se organiza y selecciona el material registrado y de archivo y luego se realiza la edición, donde se ordenan todas las imágenes y sonidos en función del guion.
15. Pre Producción: Es la etapa de planificación, en la que se define el proyecto, se realiza la investigación sobre el tema elegido, se establece un primer guion y el correspondiente plan de rodaje
16. Producción: En esta etapa se realiza el rodaje o grabación de acuerdo a lo planificado en la etapa anterior y a lo que pueda surgir para construir las ideas a comunicar.

17. Sketch Audiovisual: Una mezcla entre storyboard y storytelling, ayuda a contar una historia y aprovechar todos los elementos de su
18. Top of Mind: Es una expresión inglesa que se refiere a la marca o producto que surge primero en la mente del consumidor al pensar en una industria en específico. Se podría traducir cómo «el primero en mente».
19. Video Promocional: Es una herramienta de marketing que permite llegar al público de una forma impactante. Por ese medio se puede hacer llegar un mensaje publicitario creativo a la audiencia con el fin de dar a conocer productos y servicios.

A

NE

XOS

ANEXOS

1. Anexo 1: Grabación Caso de Exito 1



FUENTE: NODARSE

2. Anexo 2: Grabación Caso de Exito 2



FUENTE: NODARSE

3. Anexo 3: Grabación Caso de Exito 3



FUENTE: NODARSE

4. Anexo 4: Lanzamiento Contact



FUENTE: NODARSE

5. Anexo 5: Lanzamiento Contact



FUENTE: NODARSE

6. Anexo 6: Lanzamiento Contact



FUENTE: NODARSE

7. Anexo 7: Primera Reunión



FUENTE: NODARSE

8. Anexo 8: Lanzamiento Contact



FUENTE: NODARSE

9. Anexo 9: Cotización de Productos

INVERSIONES MÚLTIPLES PUBLICITARIAS S. DE R.L.						
 <p>Dirección: Bo. Río de Piedras, 5 c. 26 y 27 ave., No.265, San Pedro Sula, Honduras Teléfono: 9874-4621 Correo Electrónico: contacto@imp-hn.com Sitio Web: www.imp-hn.com</p>						
ORDEN DE COMPRA						
Fecha:	05/12/21	Tipo de Compra:	COTIZACION	Contrato No.		COTIZACION
Cliente:	CDE MIPYME VS			Orden No.		COTIZACION
Fecha de Inicio:		Fecha de Finalización:		Duración:		
	COTIZACION		COTIZACION		COTIZACION	
Para:	Elaboración de piezas audiovisuales					
CANTIDAD MENSUAL	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO MENSUAL L.	DESCUENTO UNITARIO MENSUAL L.	PRECIO FINAL UNITARIO MENSUAL L.	SUB TOTAL MENSUAL L.
1	c/u	Video institucional promocional	25,000.00		25,000.00	25,000.00
3	c/u	Videos boca a boca	15,000.00		15,000.00	45,000.00
1	c/u	Animado - 3 Simple pasos	10,000.00		10,000.00	10,000.00
1	c/u	Animado - Beneficios plataforma	15,000.00		15,000.00	15,000.00
3	c/u	Videos casos de éxitos	30,000.00		30,000.00	90,000.00
		**** Utilice Línea ****				-
					Sub Total Mensual	185,000.00
					- Descuento	-
					Sub Total	185,000.00
					+ I.S.V.	27,750.00
					Total Mensual L.	212,750.00
<p>Observaciones:</p> <p>COTIZACION</p>						
						
Solicitado y Aprobado por						

FUENTE: INVERSIONES MÚLTIPLES PUBLICITARIAS

10. Anexo 10: Cotización de Productos

ROBERTO MORALES			
COTIZACIÓN			
+504 9898 - 3421 design@r-morales.com		Cliente: Centro Desarrollo Empresarial Mipymes VS Fecha: 05/12/21 Nombre del Proyecto: Videos CDE Descripción del Proyecto: Producir múltiples piezas audiovisuales	
San Pedro Sula, Cortés, Honduras		Número de Factura: COTIZACIÓN Duración: COTIZACIÓN	
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo
Promocional CDE	1	L 14,000.00	L 14,000.00
Boca a Boca	3	L 3,000.00	L 9,000.00
Tres simples pasos	1	L 3,000.00	L 3,000.00
Plataforma Contact - Beneficios	1	L 4,000.00	L 4,000.00
Caso de éxito	3	L 5,000.00	L 15,000.00
		Subtotal	L 45,000.00
	ISV	15.00%	L 6,750.00
		Total	L 51,750.00
Gracias por su interés en R Morales designs. Será un placer llegar a trabajar este proyecto con ustedes.			
Quedo atento a cualquier comentario, R. Morales			

FUENTE: R. MORALES DESIGNS



Escuela de
Arte & Diseño



| unitec[®]