

**EAD**

---

**IN  
FOR  
ME**

---

**PRÁCTICA  
PROFESIONAL**





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

CÁMARA DE COMERCIO DE INDUSTRIAS DE CORTÉS (CCIC)

SUSTENTADO POR:

MARLITH SUYEN URQUIA TORRES

21811256

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN,

HONDURAS, C.A. OCTUBRE, 2021

# **DERECHOS DE AUTOR**

© Copyright 2021

Marlith Suyen Urquia Torres

Todos los derechos son reservados.

## Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar mi carrera profesional, a mis padres, Douglas Alduvi Urquia Pineda y Janny Marlith Torres Rodriguez por brindarme los recursos necesarios para poder realizar mis estudios en UNITEC, así mismo, por permitirme soñar y enseñarme a luchar para conquistar cada una de las metas que me proponga. Agradezco a mi hermano Douglas José Urquia Torres y a toda mi familia en general, que me ha mostrado su apoyo incondicional en cada decisión que he tomado en el transcurso de esta etapa de estudio.

Agradezco a la (CCIC) Cámara de Comercio de industrias de Cortés por abrirme sus puertas y permitirme servirles y creer como profesional dentro de sus instalaciones. A Elvia Suazo Gerente de RRHH por darme la oportunidad de aplicar para realizar mi práctica profesional con la familia CCIC. A Tatiana Paz Gerente de Comunicaciones por su acogedor recibimiento y el espacio de calidad que me fue asignado, así como sus atenciones.

Agradezco a Greacy Pineda tutora académica, quién me instruyo y guio durante el desarrollo de mi práctica profesional. Mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que de una forma u otra, colaboraron en la realización de este informe.

## **Dedicatoria**

A mis padres Douglas Alduvi Urquia Pineda y Janny Marlith Torres Rodriguez y mi hermano Douglas José Urquia Torres, este logro es gracias a ustedes, que me han instruido y apoyado incondicionalmente para que pueda ver mis metas realizadas y que me han motivado a seguir adelante aun cuando el camino no parece fácil. Me han enseñado a confiar y creer en mí y en lo que Dios a depositado en mí, pero sobre todo me han orientado a desarrollar mi creatividad y pasión por lo que hago con dedicación y amor.

A toda mi familia que estuvieron al pendiente de mí, me aconsejaron y fueron de gran apoyo durante toda mi carrera profesional.

## Resumen

A continuación, en el presente informe se darán a conocer las actividades desarrolladas durante la práctica profesional realizada en la empresa (CCIC) Cámara de Comercio de Industrias de Cortés, por Marlith Urquia, estudiante de la carrera de diseño de la universidad UNITEC. La CCIC está conformada por dos marcas: Expocentro y Bazar del Sábado. La necesidad de un diseñador era evidente para el departamento de relaciones públicas de la Cámara, ya que este administra las redes de las 3 marcas. Durante 10 semanas se desarrolló contenido para las redes sociales de facebook e Instagram de las tres entidades, y para cada una se creó una línea grafica funcional. Aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional se desarrollaron manuales de identidad para las tres empresas, en respuesta a la necesidad de proporcionar un material completo que contenga las especificaciones del uso apropiado de las marcas, se desarrollaron las siguientes propuestas, Manual de Marca de Expocentro, Manual de Marca Bazar del Sabado, Manual de Marca CCIC, un Manual Stationary para CCIC y un Manual de Estilo para las redes sociales de Bazar del Sábado solventando así el uso inadecuado de la identidad visual de las marcas.

## Índice de Contenido

<i>Agradecimiento</i> .....	<i>I</i>
<i>Dedicatoria</i> .....	<i>II</i>
<i>Resumen</i> .....	<i>III</i>
Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional .....	7
1.1 Datos Generales de la Organización .....	7
1.1.1 <i>Reseña de la Organización</i> .....	8
1.1.2 <i>Descripción del departamento en el que se realizó la práctica</i> .....	10
1.2 Objetivos de la Práctica Profesional.....	11
1.2.1 <i>Objetivo General</i> .....	11
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	11
Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas .....	13
2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado .....	13
2.3 Actividades de Mejora Implementadas .....	56
Capítulo III. Propuesta de Mejora .....	58
3.1 Problema Identificado .....	58
3.2 Soluciones Identificadas .....	59
3.2.1 <i>Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto</i> .....	59
3.2.2 <i>Objetivos del Proyecto Propuesto</i> .....	60
3.2.3 <i>Alcances del Proyecto</i> .....	62

3.2.4	<i>Componentes del Proyecto</i> .....	63
3.3	Estrategia metodológica utilizada en el proyecto .....	66
3.3.1	<i>Fases del Desarrollo del Proyecto</i> .....	69
3.3.2	<i>Cronograma de Desarrollo y de Implementación</i> .....	81
3.2.2	<i>Presupuesto Requerido</i> .....	83
3.2.4	<i>Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto</i> .....	85
	Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones .....	90
4.1	Conclusiones de la Práctica Profesional .....	90
4.2	Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica.....	91
4.3	Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes .....	91
	<i>Bibliografía</i> .....	93
	<i>Glosario</i> .....	95
	<i>Anexos</i> .....	98

## Índice de Figuras e Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama Empresarial CCIC .....	9
Ilustración 2 Ubicación Cámara de Comercio de Industrias de Cortés .....	9
Ilustración 3 Plantilla de Power Point CCIC .....	16
Ilustración 4 Portada y foto de Perfil de Facebook .....	17
Ilustración 5 Portada y foto de perfil de Bazar .....	18
Ilustración 6 Animación de Logo CCIC 720px x 720px.....	18
Ilustración 7 Animación de logo CCIC 9:16 .....	19
Ilustración 8 Animación de logo Expocentro 720px x 720px.....	19
Ilustración 9 Animación de logo Expocentro 9:16.....	20
Ilustración 10 Animación del logo Bazar del Sábado .....	21
Ilustración 11 Historia de Instagram requisitos de ser socio CCIC .....	22
Ilustración 12 Portadas para perfil las historias de Instagram de Bazar .....	23
Ilustración 13 Historias de invitación para el Bazar .....	23
Ilustración 14 Layout de Contenido para Instagram Bazar del Sábado .....	25
Ilustración 15 Posts de Instagram Bazar Fila 1-8 .....	26
Ilustración 16 Historia de Instagram CCIC Beneficios de ser socio .....	27
Ilustración 17 Post de Instagram de Bazar Fila 9-14 .....	28
Ilustración 18 Post de Instagram de Bazar fila 15-21 .....	29
Ilustración 19 Historia de Instagram de CCIC Importancia de ser socio .....	30
Ilustración 20 Cintillo para texto de video CCIC .....	31
Ilustración 21 Historia de Instagram de Bazar del Sábado Medidas de Bioseguridad ..	32
Ilustración 22 Animación de logo Hagámosla Circular .....	33

Ilustración 23 Banner Animado Hagámosla Circular .....	34
Ilustración 24 Video Campaña Hagámosla Circular CCIC .....	35
Ilustración 25 Post para redes CCIC .....	37
Ilustración 26 Perfil de emprendedor 1 .....	38
Ilustración 27 Contenido del perfil de emprendedor Bazar del Sábado .....	39
Ilustración 28 Historias de promoción de marcas de Instagram de Bazar del Sábado .	40
Ilustración 29 Post Instagram de Bazar del Sábado Fila 28-33 .....	41
Ilustración 30 Portada de perfil de historias de Instagram de Expocentro .....	42
Ilustración 31 Posts para Instagram Expocentro .....	43
Ilustración 32 Video Franquiciando Honduras CCIC .....	44
Ilustración 33 Historia de Instagram horario y ubicación Bazar del Sábado .....	45
Ilustración 34 Video bicentenario .....	46
Ilustración 35 Post para Facebook de Expocentro .....	47
Ilustración 36 Historia de Instagram evento Bazar del Sábado .....	48
Ilustración 37 Post para Instagram de Bazar del Sábado Fila 35-42 .....	49
Ilustración 38 Historia horario Bazar del Sábado .....	50
Ilustración 39 Historias Destacadas de Instagram de Bazar del Sábado.....	51
Ilustración 40 Perfil de emprendedor 2.....	52
Ilustración 41 Post e historia para eventos del Bazar .....	53
Ilustración 42 Campaña motivacional para MIPYMES de la Comisión Mixta CCIC .....	54
Ilustración 43 Agenda del Bazar .....	55
Ilustración 44 Metodología de Fallon .....	66
Ilustración 45 Etapas del proceso de diseño según Archer Elaboración propia (1963)	67

Ilustración 46 Metodología de Bruno Munari .....	68
Ilustración 47 Logos de marcas .....	70
Ilustración 48 Uso inadecuado de aplicaciones de logos .....	70
Ilustración 49 Manual de marca CCIC.....	72
Ilustración 50 Manual de Marca Bazar del Sábado .....	73
Ilustración 51 Manual de Marca Expocentro .....	73
Ilustración 52 Propuestas de manual de identidad corporativa .....	75
Ilustración 53 Manual Stationary CCIC .....	76
Ilustración 54 Bazar del Sábado Instagram.....	77
Ilustración 55 Línea grafica para redes Bazar del Sábado .....	78
Ilustración 56 Manual de Estilo Bazar del Sábado .....	80
Ilustración 57 Tabla de costos .....	83
Ilustración 58 Tabla de presupuesto .....	83
Ilustración 59 Rubrica de evaluación de indicadores.....	85
Ilustración 60 Indicador de Manual CCIC.....	86
Ilustración 61 Manual de Marca Bazar del Sábado .....	86
Ilustración 62 Indicador de Manual de Marca Expocentro .....	87
Ilustración 63 Indicador de Manual Stationary CCIC .....	87
Ilustración 64 Indicador de Manual de Estilo Bazar del Sabado .....	88

---

**CA  
PÍ  
TU  
LO I**

---

**Generalidades  
de la Práctica  
Profesional**

## **Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional**

### **1.1 Datos Generales de la Organización**

( CCIC ) Cámara de Comercio de Industrias Cortés; es una entidad de Derecho Público, reconocida por el Estado, con personalidad jurídica propia, fundada en 1931 y con sede en San Pedro Sula, Cortés, que asocia de forma voluntaria, a personas naturales y jurídicas dedicadas al comercio, la industria, y la prestación de servicios, con el fin de promover, mediante el desarrollo empresarial, el progreso social de Honduras.

A lo largo de 9 décadas la CCIC ha sido decisiva en muchos proyectos de orden económico y social en la región, entre esos logros están:

- Impulsador para la creación del Consejo del colegio Hondureño de la Empresa Privada (COHEP).
- Promoción para la creación de parques industriales.
- Creación de la feria comercial e industrial más grande de Honduras, la Expojuniana.

### **1.1.1 Reseña de la Organización**

#### Historia

Desde su fundación en 1931, la CCIC promueve los principios de la libre empresa, a fin de desarrollar la iniciativa, el mercado de bienes y trabajo, el crecimiento económico y el bienestar individual, a fin de contribuir a la paz y al progreso social.

Su origen se debe a la iniciativa de un grupo de empresarios que decidieron organizarse para defender los principios de la libre empresa, apoyar la actividad económica e iniciar la historia dinámica del empresariado de la región norte de nuestro país, que se ha distinguido por su carácter visionario y emprendedor.

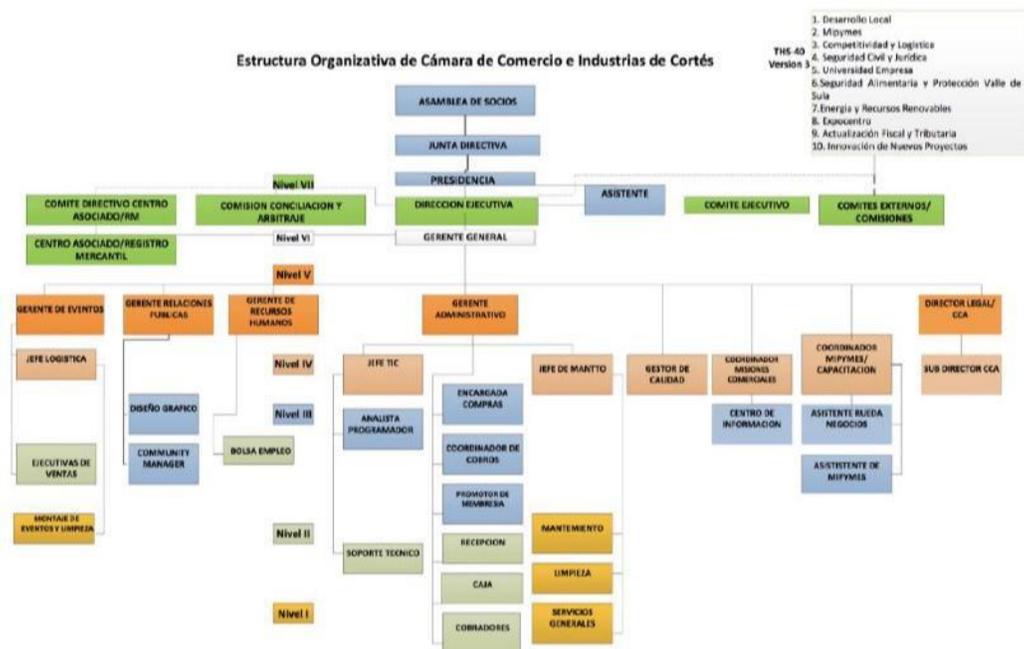
#### Misión

Promover con responsabilidad social el fortalecimiento de la libre empresa en el marco de un estado de derecho donde impere la ley y la justicia.

#### Visión

Ser una Cámara reconocida como una institución beligerante y pro-positiva que brinda a sus agremiados y usuarios servicios de excelencia, siendo defensora de los derechos de los principios de la libre empresa, el desarrollo sostenible y la sana competencia cumpliendo la ley.

## Organigrama Empresarial

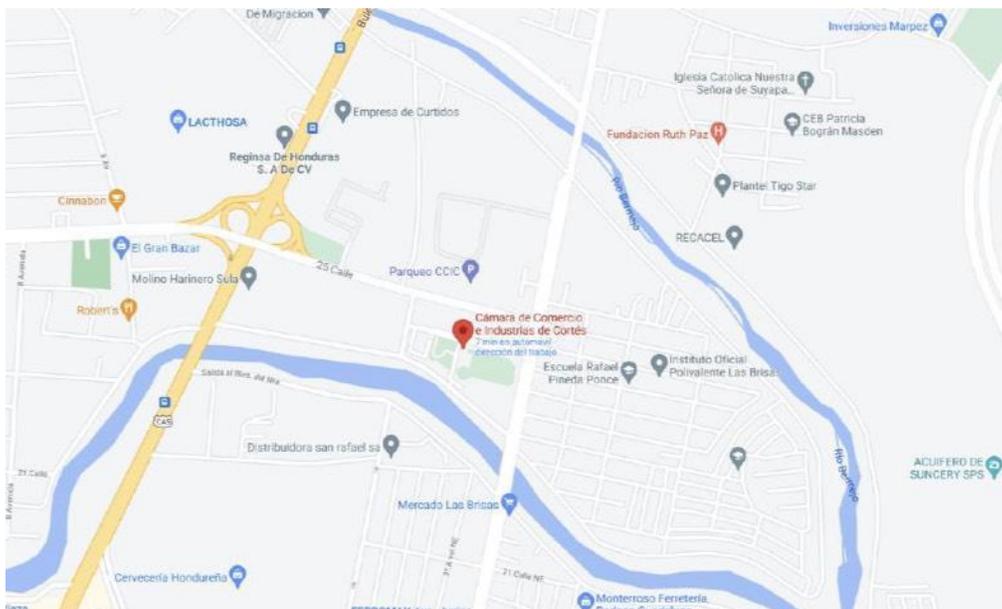


*Ilustración 1 Organigrama Empresarial CCIC*

Fuente (CCIC, Organigrama Empresarial, 2021)

## Ubicación

Col. Las Brisas 22 y 24 calle entre 1 y 4ta. avenida Junior



*Ilustración 2 Ubicación Cámara de Comercio de Industrias de Cortés*

Fuente: (CCIC, 2021)

### ***1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica***

La práctica profesional fue desarrollada en el departamento de relaciones públicas de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés. Este departamento maneja la imagen de las marcas ( CCIC ) Cámara de Comercio, Expocentro y Bazar del Sábado ante la prensa y medios de comunicación. La Licenciada Tatiana Paz, es Gerente de Comunicaciones y su equipo de trabajo cuenta únicamente con un diseñador gráfico para desarrollar cada uno de los proyectos, y trabajan para las 3 entidades, realizando posts para social media, publicidad, banners informativos, promover eventos y todo lo que conlleva la imagen de la CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado.

## **1.2 Objetivos de la Práctica Profesional**

### **1.2.1 Objetivo General**

Aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para la resolución de problemas de comunicación gráfica que la CCIC presente durante el desarrollo de la práctica profesional.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- 1.2.2.1. Identificar qué área de diseño gráfico es una necesidad para la marca CCIC proporcionando así soluciones eficaces durante las próximas 10 semanas.
- 1.2.2.2. Establecer el uso correcto de la identidad visual para los canales de comunicación de las marcas CCIC y Bazar del Sábado durante la realización de la práctica profesional.
- 1.2.2.3. Proporcionar un material que establezca especificaciones de uso y aplicaciones correctas que le permitan a las marcas CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado hacer uso adecuado de su identidad visual desarrollando este recurso en el transcurso de las últimas 4 semanas de práctica profesional.

---

# CA PÍ TU LO II

---

Actividades  
Asignadas y  
Realizadas

## Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

### 2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

La práctica profesional fue realizada en el departamento de relaciones públicas de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés, en el área de Diseño Gráfico. El diseñador gráfico maneja de identidad visual de la CCIC y las marcas que la conforman, las cuales son Expocentro y Bazar del Sábado. Abarca varios campos de diseño: diseño gráfico,( desarrollo de contenido para redes,, campañas, publicidad), diseño web, (imágenes, información, administrar y actualizar la página web de CCIC), redes sociales, animación y edición de video (animaciones para social media, animación de logo, loops, banners informativos), diseño editorial (revista Forjadores, invitaciones, tarjetas de presentación ), diseño corporativo ( identidad visual e imagen corporativa de CCIC, Bazar del Sábado y Expocentro).

### 2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

#### Semana 1

28 de Julio al 30 de Julio

#### ***2.2.1 Paleta de colores de cada marca para poder uniformar las publicaciones en redes sociales.***

Las redes sociales son los canales de comunicación de las marcas CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado. CCIC y Expocentro si cuenta con una línea gráfica sin embargo

CCIC hace uso de variaciones de color incorrectas del logo, si bien es un azul similar, no es el color exacto del logo y en cada publicación se utiliza otra variación de color. Por otro lado, Expocentro no hace uso de versiones monocromáticas del logo, lo que dificulta su visibilidad en el contenido de redes. Bazar del Sábado no hace uso de una paleta de colores relacionada a su marca, su perfil en redes está lleno de contenido interesante pero no llama la atención, ni cuenta con una línea gráfica que haga uso de colores corporativos. El procedimiento para poder definir la paleta de colores de estas marcas fue un poco difícil, debido a que por mucho tiempo se han usado colores de forma errónea, y las plantillas y todo lo que ya tenían estaba en esos colores. Primero se propuso definir una paleta de colores con la gerente de comunicaciones para llevar un orden y darle identidad corporativa a cada marca. Haciendo uso del software Illustrator, la paleta de colores se desarrolla a partir de la composición del logo, colores que ya lo componen, y se añaden el color blanco y negro a cada paleta de color. La aplicación de estas paletas de color se ven implementadas en toda la imagen de las marcas, en redes sociales, en plantillas de Power Point, en papelería y logran darle identidad a cada una de las marcas. Estas paletas se desarrollaron la primera semana de la práctica profesional, en un periodo de 4 horas, pero se esperó 1 día para aprobación de la gerente de comunicaciones. (Véase Anexo 1, Anexo 2, Anexo 3)

### **2.2.2 Variaciones de color de cada marca**

Una vez establecida la paleta de colores de cada marca, se pudieron desarrollar las variaciones de color de los logos que eran fundamentales para la aplicación en redes sociales, banners informativos y videos. El procedimiento para realizar las variaciones

de color de cada logo es tomar la paleta de colores y ordenarlos por orden de importancia, (que colores se pretende que sean prioridad para lograr identificar y diferenciar la marca.) Luego el logo vectorizado versión full color es la versión original, y de esa versión se crean las variaciones de color únicamente un color a la vez, es decir, el logo en versiones monocromáticas que nacen de la paleta de colores. Esta propuesta de variaciones de color fue desarrollada la primera semana de la práctica profesional, en un periodo de 30 min. (Véase Anexo 4, Anexo 5, Anexo 6)

### ***2.2.3 Plantillas de CCIC para Power Point***

Con la paleta de colores y las variaciones de color establecidas se pudo crear plantillas para uso interno de la CCIC, para exposiciones, convenciones, presentaciones, reuniones, etc. La plantilla se realizó en el software Power Point, ya que es la herramienta más utilizada por el personal de la CCIC. Primero se diseñó una línea gráfica, haciendo que los colores del logo predominen, y finalmente se exportó como plantilla. Una plantilla de Power Point le da uniformidad a cada presentación que se realiza y a su vez orden e identidad. Esta se desarrolló en un periodo de 1 hora.



*Ilustración 3 Plantilla de Power Point CCIC*

Fuente: (Urquia, Plantilla de Power Point CCIC, 2021)

## **Semana 2**

02 de agosto al 06 de agosto

### **2.2.4 Perfil de facebook e instagram CCIC**

CCIC no contaba con un diseño de banner o portada de Facebook que definiera su marca por lo que se me asignó diseñar el social media profile de la marca. El procedimiento para desarrollar la portada consistió en definir la línea gráfica conformada por la paleta de colores. La foto de perfil únicamente es el logotipo en versión monocromático color blanco. Se diseñó en un periodo de 30 min y se hizo la propuesta para luego esperar aprobación y actualizar el perfil. La dimensión de la portada es de 851px x 315px y la imagen de perfil es de 720 px x 720 px. (Véase Anexo 7, Anexo 8)



*Ilustración 4 Portada y foto de Perfil de Facebook*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.5 Perfil de Facebook e Instagram Bazar del Sábado**

El perfil de Facebook de Bazar del sábado no hacía uso de los colores corporativos, y no decía nada de la marca. Para diseñar la portada se partió de un concepto: destacar qué es bazar del sábado, qué ofrece, y todo siempre resaltando producto artesanal y hondureño. El procedimiento para desarrollar la portada consistió en definir la línea gráfica conformada por la paleta de colores, se editaron imágenes tomadas de productos que se exponen en el bazar haciendo uso del software Photoshop para editar el fondo de la portada, eliminando fondos, adjuntando elementos y añadiendo los colores sutilmente en degradado. La foto de perfil únicamente es el logotipo en versión full color. Se diseñó en un periodo de 1 hora y se hizo la propuesta para luego esperar aprobación y actualizar el perfil. La dimensión de la portada es de 851px x 315px y la imagen de perfil es de 720 px x 720 px. (Véase Anexo 9, Anexo 10)

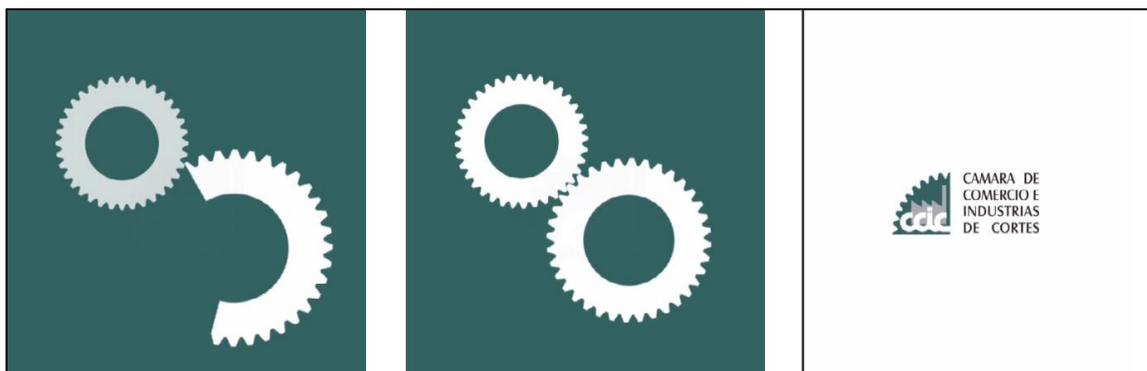


*Ilustración 5 Portada y foto de perfil de Bazar*

Fuente: (Urquia, 2021)

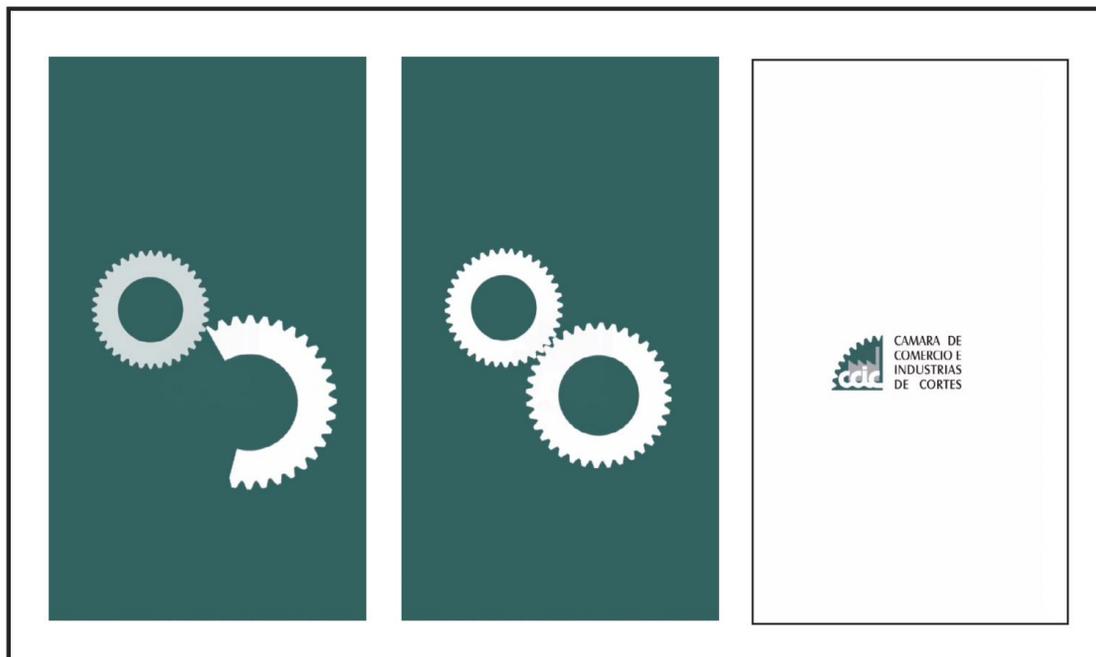
### **2.2.6 Animación de logo CCIC**

CCIC cuenta con una animación muy elaborada, sin embargo nunca se ha hecho uso de ella debido a que no estaba exportada en el formato adecuado para redes y el color de la animación no era el del logo por lo que se procedió a editar el color y adaptarla al formato de video 1920 x 1080 px, 720 x 720 px (Posts de redes), 9:16 vertical (historias de Instagram). Se desarrollo en un período de 1 hora.



*Ilustración 6 Animación de Logo CCIC 720px x 720px*

Fuente: (Urquia, 2021)



*Ilustración 7 Animación de logo CCIC 9:16*

Fuente: (Urquia, 2021)

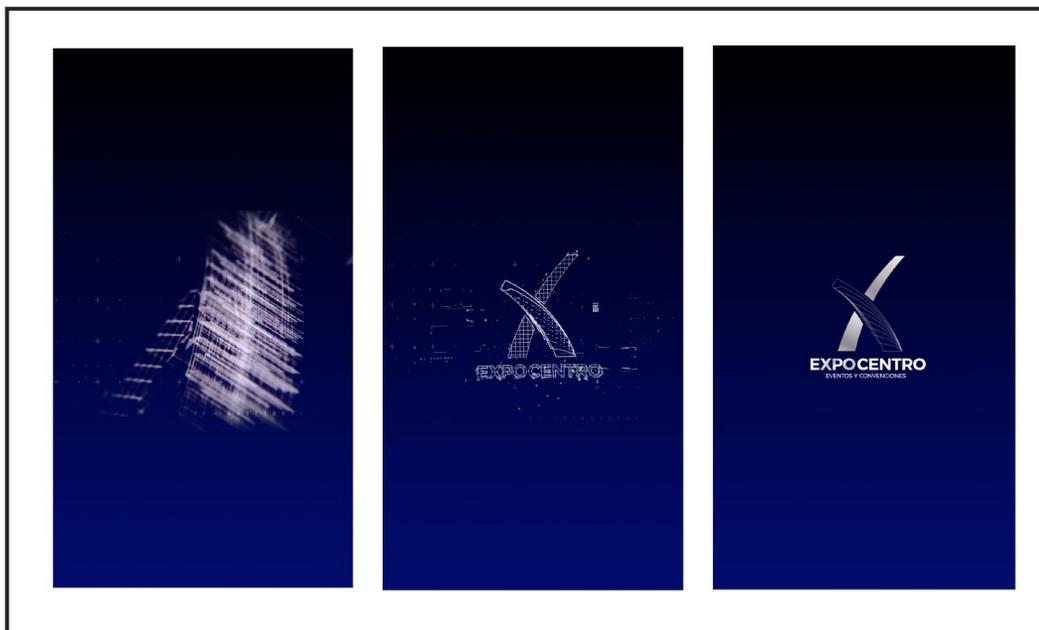
### **2.2.7 Animación de logo Expocentro**

Expocentro ya contaba con una animación, sin embargo nunca se hizo uso de ella debido a que no estaba exportada en el formato adecuado para redes y no hacía uso de los colores corporativos por lo que se procedió a editar el color y adaptarla al formato de video 1920px x 1080 px, 720 x 720 px (Posts de redes), 9:16 vertical (historias de Instagram). Se desarrollo en un periodo de 40 min.



*Ilustración 8 Animación de logo Expocentro 720px x 720px*

Fuente: (Urquia, 2021)



*Ilustración 9 Animación de logo Expocentro 9:16*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.8 Animación de logo Bazar del Sábado**

Bazar del Sábado ya ha tenido animaciones de logo, que han sido creados para spots publicitarios, sin embargo, nunca han adaptado uno para redes sociales, y ya que no contaba con una animación oficial se procedió a crear una que pudiera adaptarse al formato de video 1920px x 1080 px, 720 x 720 px (Posts de redes), 19:6 vertical (historias de Instagram). Se desarrolló en un periodo de 1 hora.



*Ilustración 10 Animación del logo Bazar del Sábado*

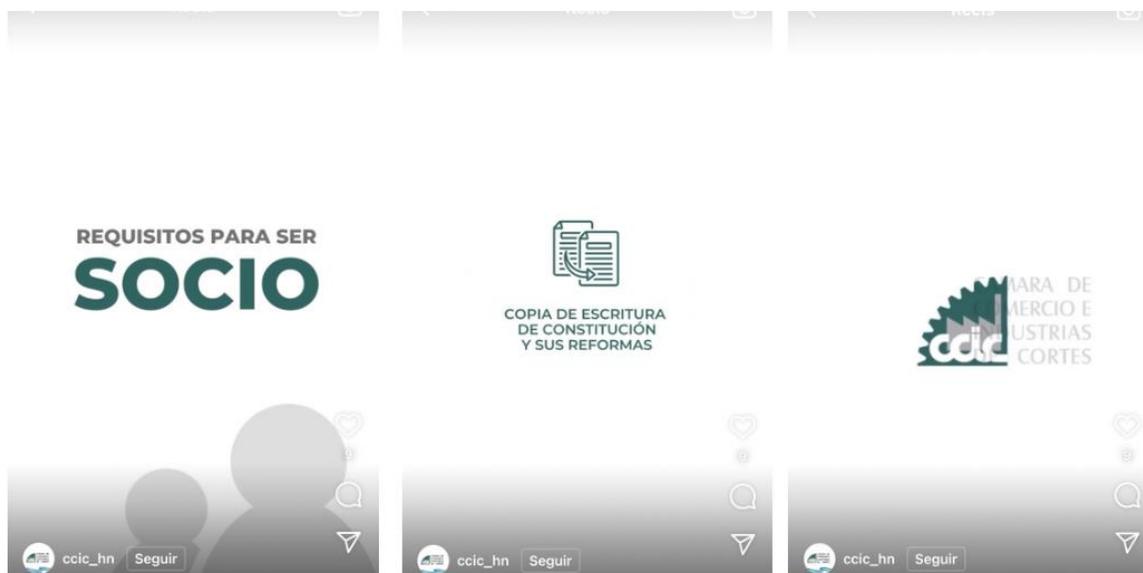
Fuente: (Urquia, 2021)

### **Semana 3**

09 de agosto al 13 de agosto

#### **2.2.9 Historia de Instagram para CCIC / Requisitos para ser socio.**

Las historias de Instagram no solo atraen a las personas a visitar el perfil, sino que informan y ayudan a identificar una marca. Por ello es importante que también estas sean coherentes con la línea gráfica. Las historias de CCIC son más informativas, tipo infografías por ello son más extensas, duran entre 30-50 segundos ya que proporcionan información sobre la Cámara, y en este caso cuales son los requisitos para ser socio. El procedimiento para realizar esta historia fue definir el tema, seguidamente vectorizar íconos que representen el procedimiento o pasos a seguir y por último añadir la animación, Se desarrolló en 30 minutos.

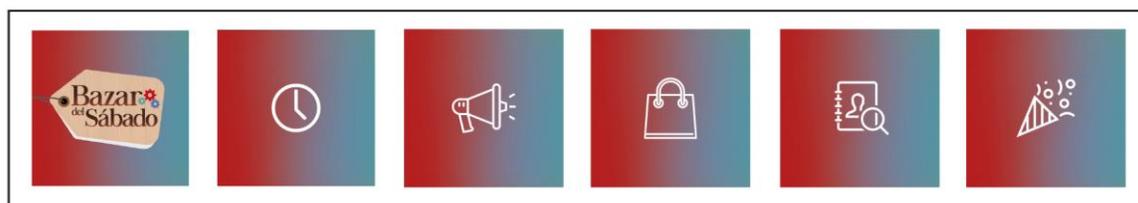


*Ilustración 11 Historia de Instagram requisitos de ser socio CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.10 Perfil / Portada de historias de Instagram de Bazar del Sábado**

Las portadas de historias de Instagram son fundamentales para informar sobre el contenido del perfil y es importante que sigan una línea gráfica, por ello se crearon nuevos vectores para darle una nueva imagen al perfil de Instagram. En total se desarrollaron 6 portadas, 1 por categoría (horario, compra local, únete, eventos, directorio, aniversario) donde se vectorizó cada ícono y se creó el fondo uniforme compuesto por los 3 colores principales de la paleta de colores. Se desarrolló en un periodo de 30 minutos.



*Ilustración 12 Portadas para perfil las historias de Instagram de Bazar*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.11 Historia de Instagram invitación para visitar Bazar del Sábado**

Las historias de Instagram que Bazar del Sábado utiliza son para invitar a visitar la exposición de productos que hay todos los sábados en sus instalaciones. El procedimiento para el desarrollo de las historias de Bazar fue apegarse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, fonts, tamaño de fonts), añadir la animación de logo, y resumir el mensaje para que la duración sea de 15 segundos. En total se desarrollaron 3 historias tipo invitación. Las historias se desarrollaron en 30 minutos.



*Ilustración 13 Historias de invitación para el Bazar*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.12 Posts para redes de Bazar del Sábado**

Bazar del Sábado hace uso de Facebook e Instagram como su principal plataforma, pero no posee un layout en Instagram, tampoco hace uso de los colores corporativos, y por ende no cuenta con una línea gráfica, como se ha mencionado antes. Para el desarrollo de contenido de Bazar se planteó hacer uso de la línea gráfica de las historias y de la portada de Facebook, a partir de allí nace el concepto de destacar todo lo que se ve en las exposiciones de los sábados en resumen es cultura, arte, historia, pasión por innovar, gastronomía hondureña y muchas otras cosas alusivas a Honduras. Para poder resaltar todo eso, sin que se vea aburrido y antiguo se optó por un diseño moderno y minimalista, jugando con la paleta de colores, y organizando el contenido por filas, grids, animaciones, imágenes, publicando todos los días contenido informativo y motivacional para emprendedores y dejando libre las publicaciones del sábado. (Imágenes de exposiciones, productos y eventos que haya, para que las personas lleguen). Este diseño para la organización del contenido del perfil se desarrolló en el transcurso de 3 días, y luego se expuso la propuesta ante la gerente de comunicaciones para su aprobación. Una vez aprobado por medio de un cronograma se distribuyó el contenido de 8 semanas para desarrollarse en un total de 6 semanas (semana 3 – semana 9). (Véase Anexo 11)

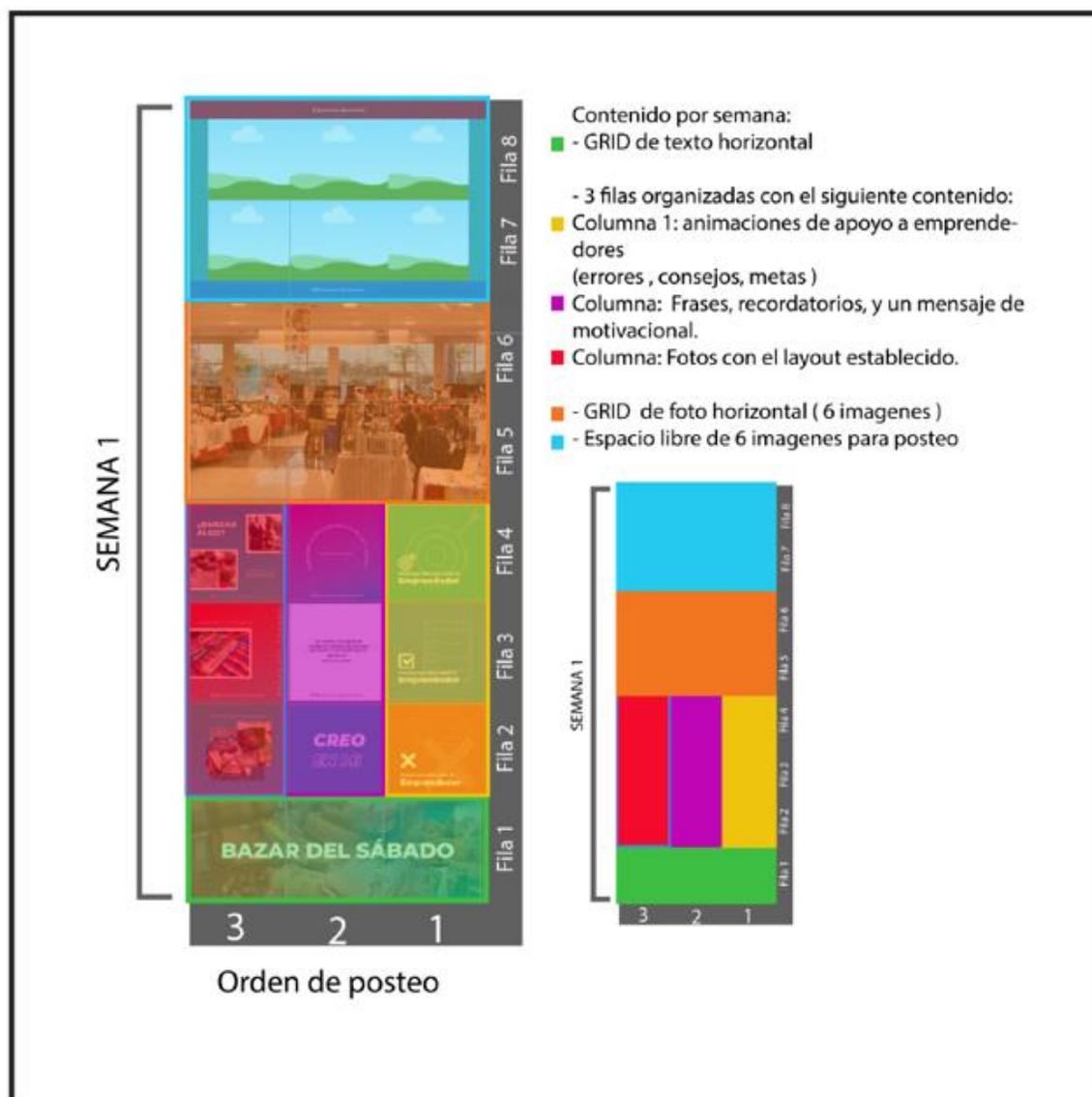


Ilustración 14 Layout de Contenido para Instagram Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.13 Posts para instagram de Bazar del Sábado Fila 1 - 8

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 1) y grid de imagen de 2x3 (fila 5-6), y en formato vertical, en la primera columna: animación

tips para emprendedor (fila 2-4); segunda columna frases motivacionales para emprendedores (fila 2-4); y la tercera columna fotos de productos del bazar (fila 2-4). Las filas 7 y 8 quedan libres para postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 6 horas.

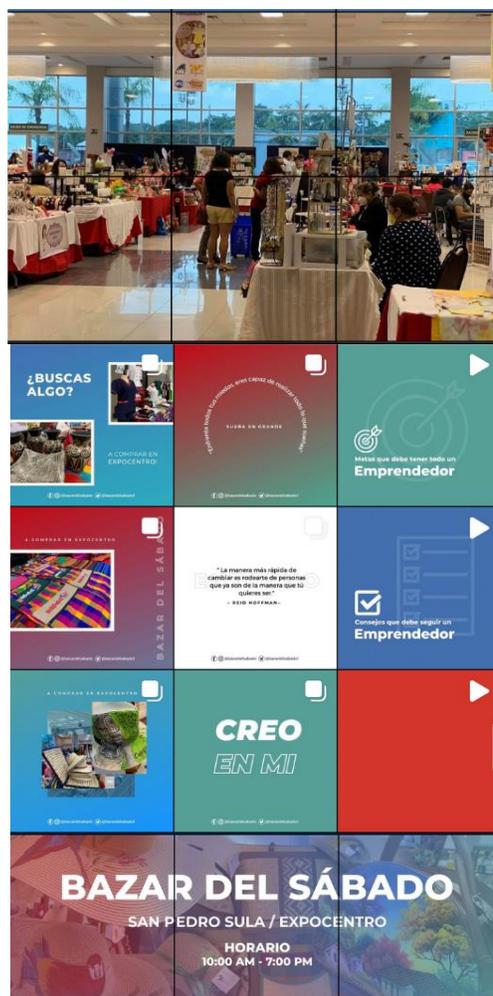
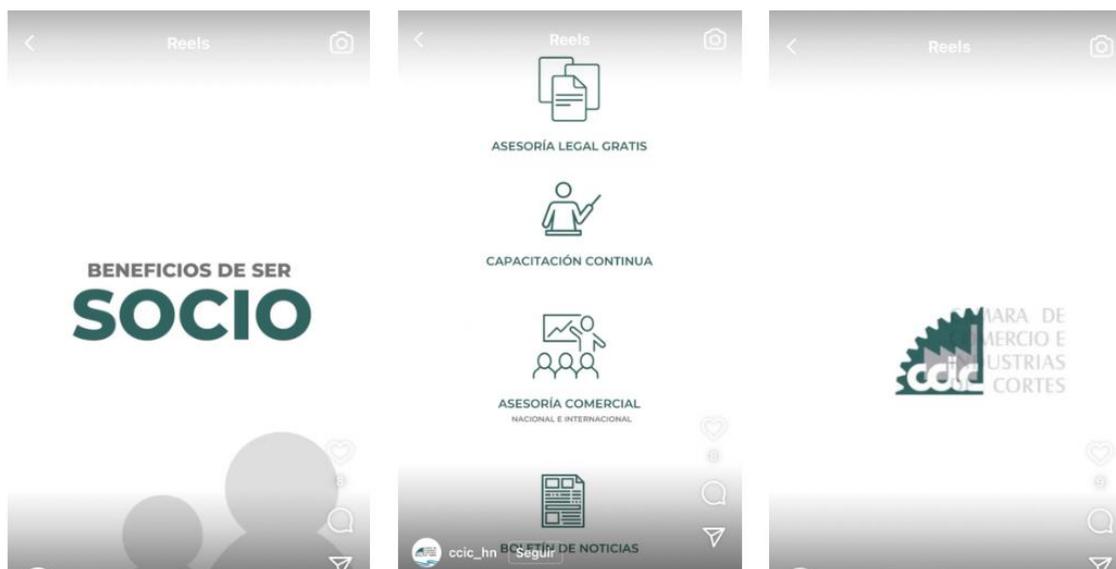


Ilustración 15 Posts de Instagram Bazar Fila 1-8

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.14 Historia de Instagram para CCIC / Beneficios de ser socio**

Historia tipo infografía de CCIC sobre los beneficios de ser socio de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés. El procedimiento para realizar esta historia fue definir el tema, seguidamente vectorizar íconos que representen el procedimiento o pasos a seguir y por último añadir la animación del logo. Se desarrollo en 30 minutos. (Véase Anexo 12)



*Ilustración 16 Historia de Instagram CCIC Beneficios de ser socio*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.15 Posts para Instagram de Bazar del Sábado Fila 9 -14**

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 9) En formato vertical, en la primera columna: animación tips para emprendedor (Fila 10-12); segunda columna frases motivacionales para emprendedores (fila 10-12); y la tercera columna fotos de productos del bazar (fila 10-12). Las filas 13 y 14 quedan libres para

postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 6 horas.



*Ilustración 17 Post de Instagram de Bazar Fila 9-14*

Fuente: (Urquia, 2021)

## Semana 4

16 de agosto al 20 de agosto

### **2.2.16 Posts para Instagram de Bazar del Sábado Fila 15 -21**

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 15) En formato vertical, en la primera columna: animación tips para emprendedor (Fila 16-18); segunda columna frases motivacionales para emprendedores (fila 16-18); y la tercera columna fotos de productos del bazar (fila 16-18). Las filas 19, 20 y 21 quedan libres

para postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 4 horas.

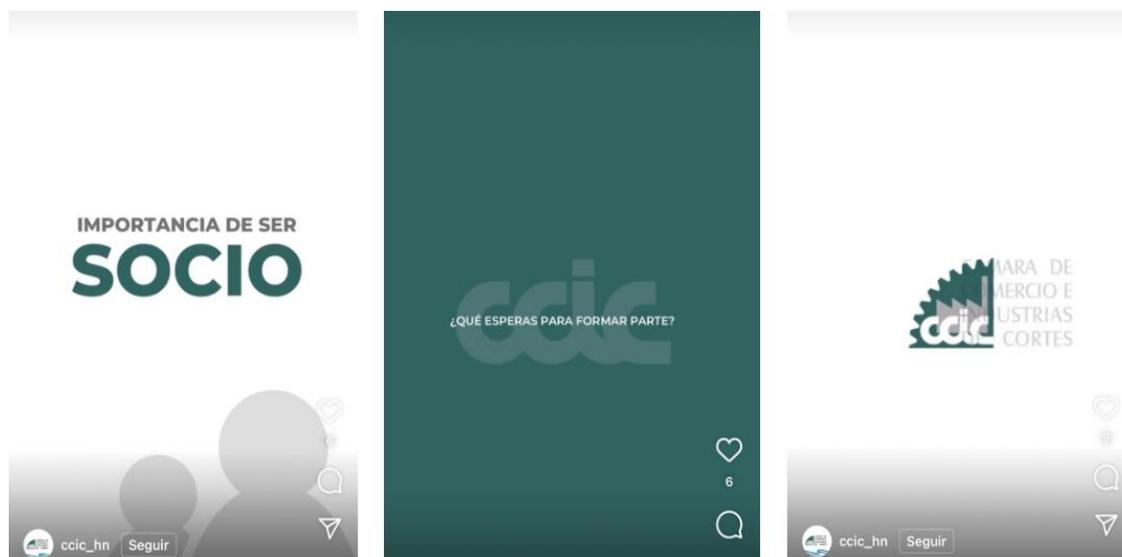


*Ilustración 18 Post de Instagram de Bazar fila 15-21*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.17 Historia de Instagram para CCIC / Importancia de ser socio**

Historia tipo infografía de CCIC sobre la importancia de ser socio de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés. El procedimiento para realizar esta historia fue definir el tema, seguidamente vectorizar íconos que representen el procedimiento o pasos a seguir y por último añadir la animación del logo. Se desarrolló en 30 minutos.



*Ilustración 19 Historia de Instagram de CCIC Importancia de ser socio*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.18 Cintillo para video de CCIC**

Los videos tipo informativos, de entrevistas, foros o presentaciones que se suben al canal de Instagram deben hacer uso de un cintillo para el texto. Se creó un cintillo con el color corporativo, se animó y se le agrego el texto. El procedimiento para realizarlo fue diseñar en Illustrator un tipo de forma para el cintillo, en este caso fue un rectángulo sin adornos, del color principal de la paleta de colores de CCIC, se animó en After Effects y por último se añadió el texto. Se desarrollo en 20 minutos.

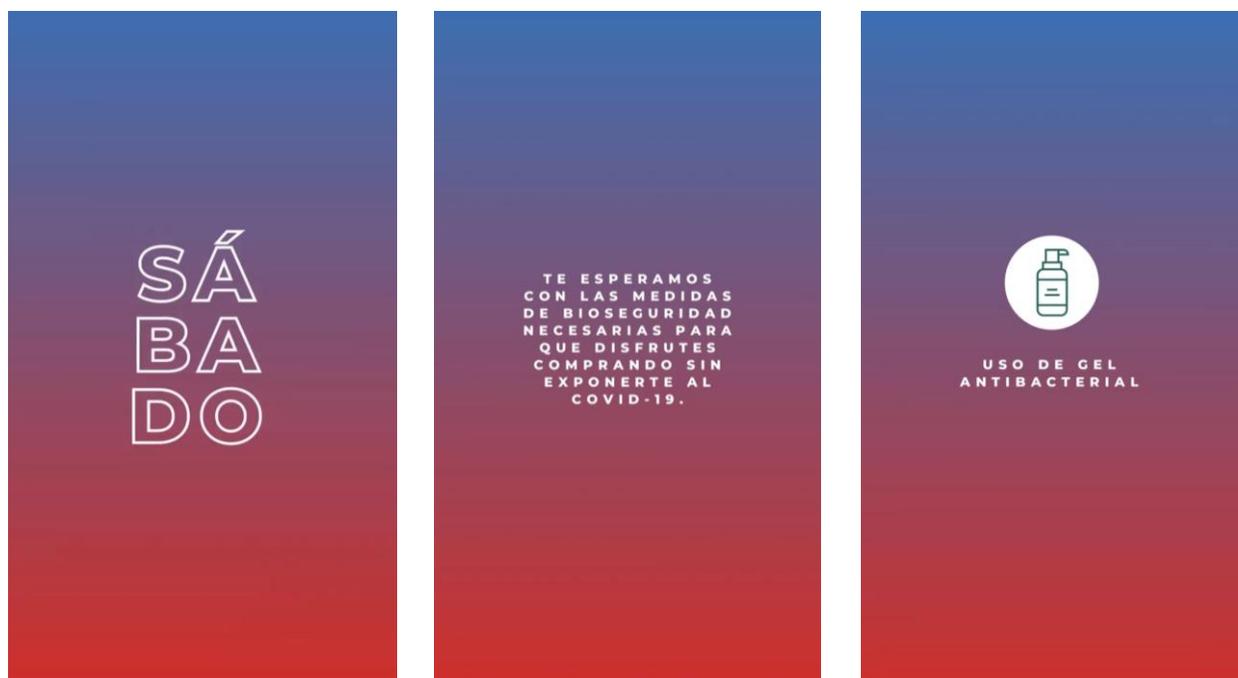


*Ilustración 20 Cintillo para texto de video CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.19 Historia de Instagram medidas de bioseguridad Bazar del Sábado**

Bazar del Sábado a través de su perfil quiere informar que cuenta con las medidas de bioseguridad necesarias para comprar en un ambiente agradable y seguro. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apegarse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, tipografías, tamaño), añadir la animación de logo, vectorizar los iconos de medidas de bioseguridad y animar todos los elementos con texto. Se desarrolló en un periodo de 20 minutos.

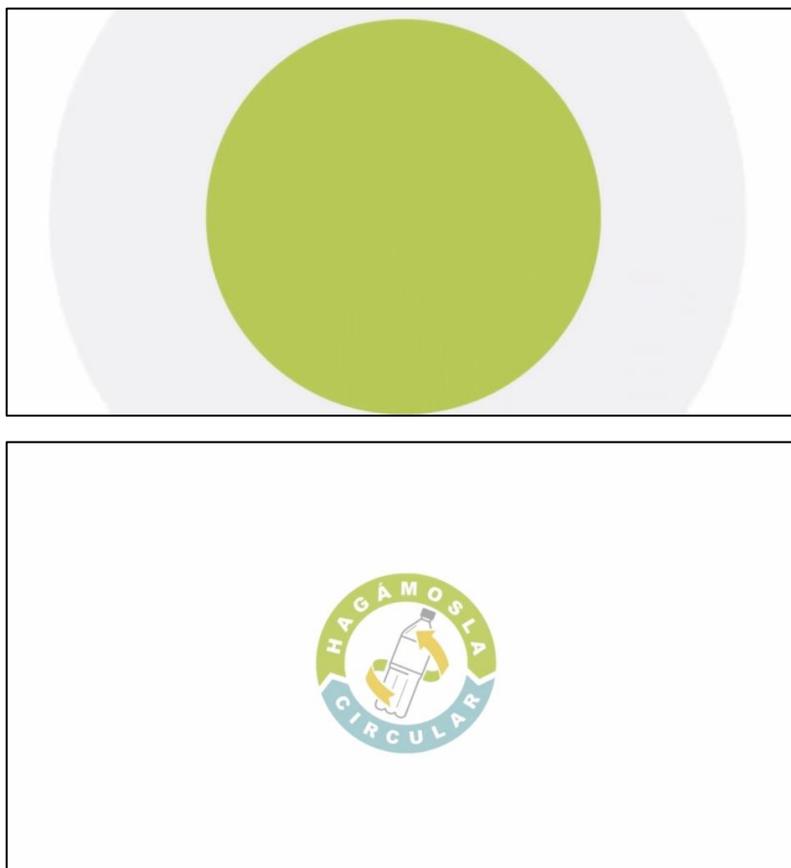


*Ilustración 21 Historia de Instagram de Bazar del Sábado Medidas de Bioseguridad*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.20 Animación de logo Hagámosla Circular**

La CCIC hizo un convenio con Cervecería Hondureña, integrándose a un proyecto de reciclar Hagámosla Circular. Se animó el logo de esta campaña para poder desarrollar el banner animado que se proyectó en la firma del convenio. El procedimiento para realizar este banner animado fue crear la composición en Adobe Premiere Pro, luego se procedió a crear 3 sólidos, uno color blanco, otro color verde, y otro color gris, se usaron máscaras para hacerlos en forma de círculo y luego se animó cada círculo para que apareciera uno por uno en secuencia antes que apareciera el logo con un zoom. Se exportó en 2 formatos, 1920px x 1080px para pantalla y 19:6 vertical para redes. Se desarrolló en 30 minutos.



*Ilustración 22 Animación de logo Hagámosla Circular*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.21 Banner animado de Hagámosla Circular**

La CCIC hizo un convenio con Cervecería Hondureña, integrándose a un proyecto de reciclar Hagámosla Circular y para la firma del convenio se utilizó la animación del logo que se realizó anteriormente. El procedimiento para realizar este banner animado fue; crear la composición en formato 1080px x 1920px en Adobe Premiere Pro, luego se añadió la animación del logo y se añadieron las marcas que también formaban parte del convenio. Se desarrolló en 20 minutos.

¡HAGÁMOSLA CIRCULAR!



*Ilustración 23 Banner Animado Hagámosla Circular*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.22 Video de campaña de reciclaje de Hagámosla Circular CCIC**

La CCIC hizo un video explicando cómo han integrado medidas para priorizar y promover el reciclaje desde que se integraron a la campaña Hagámosla Circular. El procedimiento para realizar este video fue tomar videos individuales de empleados de la CCIC diciendo Hagámosla Circular, seguidamente se hicieron tomas de los sectores de clasificación de basura y las áreas donde se encuentran. Luego se editó el video en

el software Adobe Premiere Pro y se exportó finalmente para presentarse en el convenio. Se desarrolló en 1 día.



*Ilustración 24 Video Campaña Hagámosla Circular CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

## **Semana 5**

23 de agosto al 27 de agosto

### ***2.2.23 Programación de publicaciones para Bazar del Sábado Instagram***

Bazar del Sábado a través de su perfil quiere informar que productos ofrece, ser un medio de apoyo y motivación para los emprendedores que lo conforman y promover los emprendimientos de hondureños que día a día enorgullecen más a Honduras con su esfuerzo por seguir adelante por ellos se planteó dedicar 1 día para programar las publicaciones semanales del Bazar, lo que implicó, escribir el contenido y hashtags de cada posteo individualmente y a través de Facebook Creator Studio programar las publicaciones para 3 semanas. Esto se llevó a cabo en un periodo de 4 horas.

### ***2.2.24 Post para redes de CCIC***

Las redes sociales que utiliza CCIC son Twitter, Facebook e Instagram. El perfil de Instagram está bien estructurado y acorde a la identidad y el contenido es bastante equilibrado, animaciones, historias, posts, videos y entrevistas. Para el desarrollo de contenido de CCIC se planteó diseñar una plantilla para que los posts estén uniformes, haciendo uso del software Canva, ya que es la herramienta que la gerente de comunicaciones utiliza. Así mismo se optó por utilizar el logo animado al comienzo o final de una publicación tipo video. Este contenido se ha desarrollado en el transcurso de las primeras 3 semanas de práctica profesional.



*Ilustración 25 Post para redes CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.25 Perfil de emprendedor para Instagram de Bazar del Sábado Fila 22 -25**

Los emprendedores que exponen sus productos en Bazar del Sábado no cuentan con una plataforma física, en la que las personas puedan buscar su marca e informarse de que tipo de producto ofrecen. Instagram será esa plataforma y el contenido de perfil de emprendedor ayudará a formar una comunidad, que busque directamente en el perfil, la marca, y el contacto del emprendedor. Para desarrollar este contenido se categorizaron los emprendimientos por tipo de producto, seguidamente haciendo uso de los 6 colores de la paleta de colores, se decidió usar 1 solo color por emprendimiento. Se vectorizaron iconos para representar las categorías y también se vectorizaron figuras relacionadas a estas para hacer fondos para las publicaciones que involucran texto. Por categoría se realiza una publicación por día, la cual incluye 6 post (animación de categoría, marca, productos, nombre de emprendedor, historia,

información de contenido.) El contenido de esta sección está conformado por un grid horizontal de texto (Fila 22). Las filas 23 y 24 la conforman los perfiles del emprendedor. Y la fila 25 es un grid horizontal de texto que separa la categoría del perfil emprendedor de la sección de productos. Se desarrolló en un periodo de 1 semana (lunes 23 de agosto al 27 agosto) ya que implicó realizar entrevistas, tomar fotografías y editar el contenido haciendo uso de los softwares Illustrator y Photoshop.



**CONOCE**  
**NUESTROS EMPRENDEDORES**

*Ilustración 26 Perfil de emprendedor 1*

Fuente: (Urquia, 2021)



Ilustración 27 Contenido del perfil de emprendedor Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.26 Historias de Instagram promoción de marcas de Bazar del Sábado**

Bazar del Sábado a través de su perfil quiere promover las marcas y productos que ofrecen los emprendedores todos los sábados, para ello se planteó hacer historias para promocionar estas marcas presentes en el Bazar. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apearse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, tipografías, tamaños), añadir la animación de logo, vectorizar los iconos en el software Illustrator, editar las fotos de los productos en el software de Photoshop y animar todos los elementos con texto. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.



*Ilustración 28 Historias de promoción de marcas de Instagram de Bazar del Sábado*

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.27 Post para Instagram de Bazar del Sábado Fila 28 - 35

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 28) En formato vertical, en la primera columna: animación tips para emprendedor (Fila 29-31); segunda columna frases motivacionales para emprendedores (fila 29-31); y la tercera columna fotos de productos del bazar (fila 29-31). Las filas 32 y 33 las conforman un grid de imagen de productos de 3x2 y las filas 34 y 35 quedan libres para postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 6 horas.



Ilustración 29 Post Instagram de Bazar del Sábado Fila 28-33

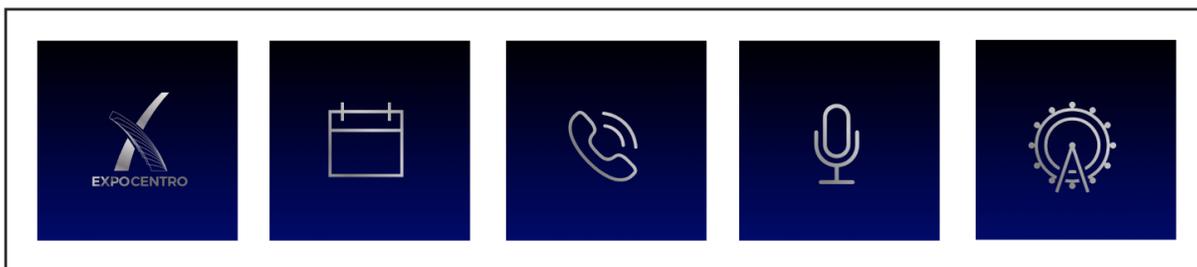
Fuente: (Urquía, 2021)

## Semana 6

30 de agosto al 03 de septiembre

### **2.2.28 Perfil / Portada de historias de Instagram de Expocentro**

Las portadas de historias de Instagram son fundamentales para informar sobre el contenido del perfil y es importante que sigan una línea gráfica, por ello se crearon nuevos vectores para darle una nueva imagen al perfil de Instagram. En total se desarrollaron 4 portadas, 1 por categoría (eventos, cotiza, conciertos, Expojuniana) donde se vectorizó cada ícono y se creó el fondo uniforme compuesto por el color principal de la paleta de colores. Se desarrolló en un periodo de 30 minutos. (Véase Anexo 13)



*Ilustración 30 Portada de perfil de historias de Instagram de Expocentro*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.29 Post para Instagram de Expocentro**

Las redes sociales que utiliza Expocentro son Facebook e Instagram. El perfil de Instagram ya cuenta con bastante contenido informativo y promocional sobre los servicios, salones y las facilidades que Expocentro posee. Lo que se planteó para crear contenido en Expocentro fue formar con grids de 3 piezas horizontales una imagen de evento o salón y de esa forma hacer como un catálogo o portafolio de todo

lo que ofrece el recinto Expocentro. Para el desarrollo de este contenido se planteó dejar una fila de grid como titular, y en la fila posterior 3 animaciones que en conjunto forman una imagen. Así mismo se optó por utilizar el logo animado al final de una publicación. También se realizaron las portadas para las historias destacadas del perfil de Instagram, donde se vectorizó primero el icono y seguidamente exportó con el fondo corporativo de la marca. Después de la aprobación se procedió a actualizar el perfil. Este contenido se ha desarrollado en el transcurso de 2 semanas (lunes 30 agosto al viernes 10 septiembre ) (Véase Anexo 14)



*Ilustración 31 Posts para Instagram Expocentro*

Fuente: (Urquia, 2021)

## Semana 7

06 de septiembre al 10 de septiembre

### 2.2.30 Video de Franquiciando Honduras de CCIC

La CCIC junto a Franquician y Front Consulting International desarrollaron el programa "Franquiciando Honduras". Se tomaron unas fotos y videos, y se hicieron unas entrevistas breves a las 5 empresas que van a comenzar a expandirse este próximo año: Welchez Café, The Bra Gurú, Hush Natural, Ice Kriskas y La Pikalita. El proceso para el desarrollo de la edición de video fue: crear una composición en el software Adobe Premire Pro, editar el video en formato 16:9 vertical y agregar cintillos para colocar el nombre del negocio y el dueño y finalmente se agregó la animación del logo de la CCIC. Esto requirió de 1 día, ya que se tomaron los videos y se editó el mismo día.



Ilustración 32 Video Franquiciando Honduras CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

## Semana 8

13 de septiembre al 17 de septiembre

### 2.2.31 Historia de Instagram horario y ubicación Bazar del Sábado

Se creó un arte para la historia de Instagram, que informe sobre el horario y ubicación de las exposiciones de productos. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apearse a la línea gráfica que se estableció (colores, tipografías, tamaños), añadir el logo, añadir la información del evento. Finalmente se exportó en formato 16:9, jpg. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.

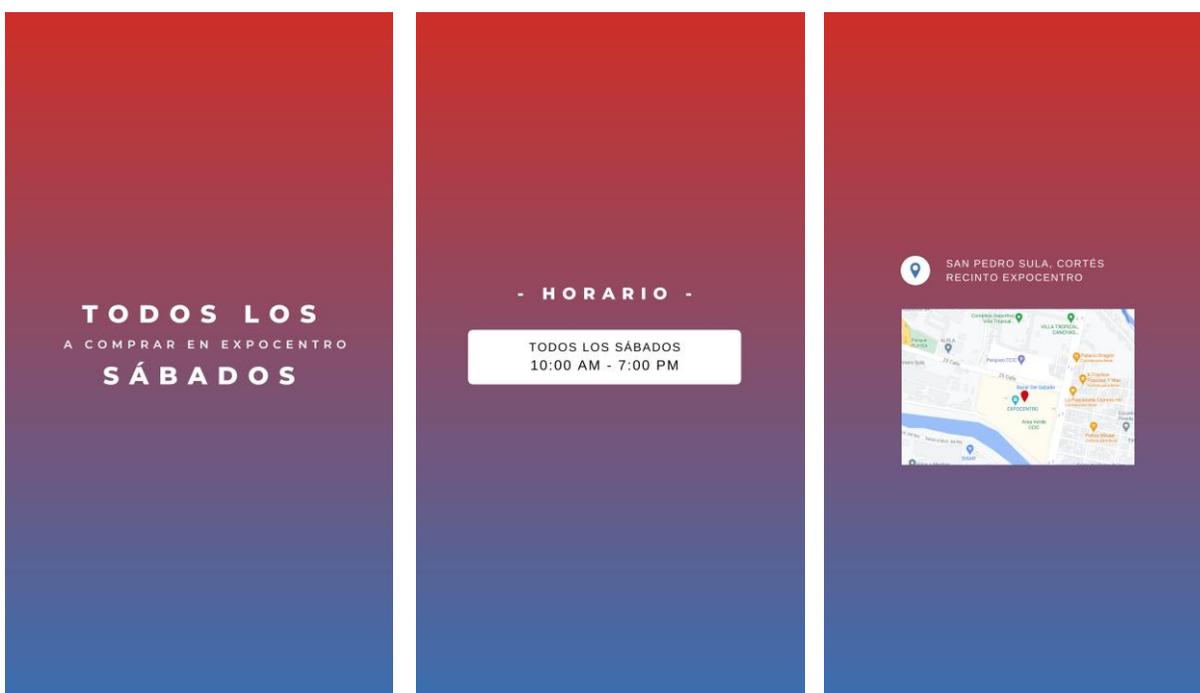
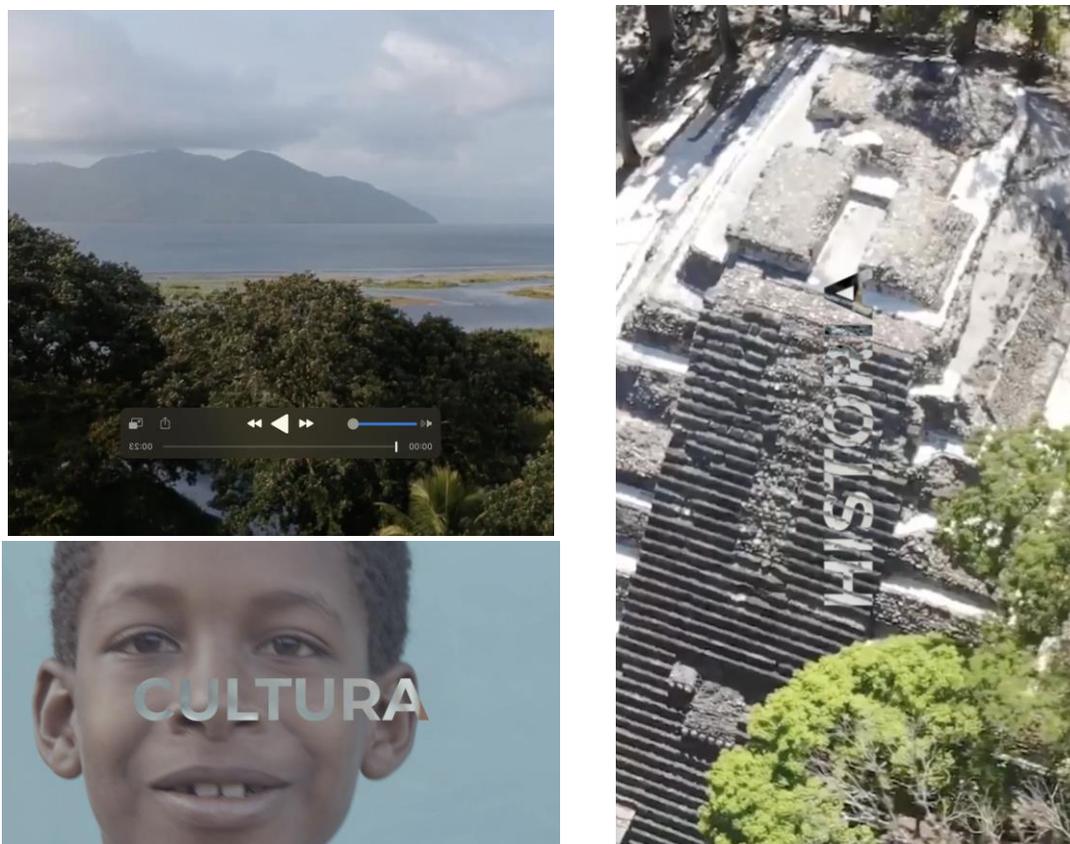


Ilustración 33 Historia de Instagram horario y ubicación Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.32 Video del día de independencia

Para las redes sociales de Facebook e Instagram la CCIC se necesitaba hacer un video alusivo a los 200 años de independencia de Honduras. Se editaron los videos sincronizados con la música en el software Adobe Premiere Pro, se resumió el texto haciendo un total de 25 segundos y finalmente se exportó en formatos 1920px x 1080px para pantalla y 19:6 vertical para redes. Se desarrolló en 4 horas.



Fuente: (Urquia, 2021)

Ilustración 34 Video bicentenario

### 2.2.33 Post para Facebook de Expocentro

Se adaptaron los artes armados por grids en Instagram para Facebook. El tamaño de los artes es de 720px x 720px. Contiene la imagen de fondo, que fue editada en el software de Photoshop, el titular, el cual es la categoría del evento, lo que incluye el paquete y el contacto para cotizar el evento. Este contenido se ha desarrollado en un periodo de 2 horas.



Ilustración 35 Post para Facebook de Expocentro

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.2.34 Historia de Instagram evento Bazar del Sábado**

Bazar del Sábado a través de su perfil informa que eventos o productos se expondrán en el Bazar. Se creó un arte para la historia de Instagram, para promover una presentación musical. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apearse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, tipografía, tamaño de tipografía), añadir el logo, añadir la información del evento, editar la foto del artista en el software de Photoshop y en Illustrator diseñar el arte. Finalmente se exportó en formato 16:9, jpg. Se desarrolló en un periodo de 20 minutos.



*Ilustración 36 Historia de Instagram evento Bazar del Sábado*

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.35 Post para Instagram de Bazar del Sábado Fila 35 - 42

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 35) En formato vertical, en la primera columna: animación tips para emprendedor (Fila 36-38); segunda columna frases motivacionales para emprendedores (fila 36-38); y la tercera columna fotos de productos del bazar (fila 36-38). Las filas 39-40 las conforman un grid de imágenes de productos del Bazar y las filas 40 y 42 quedan libres para postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 6 horas.



Ilustración 37 Post para Instagram de Bazar del Sábado Fila 35-42

Fuente: (Urquia, 2021)

## Semana 9

20 de septiembre al 24 de septiembre

### 2.2.36 Historia de Instagram horario del Bazar del Sábado

Se creó un arte para la historia de Instagram, para recordar el horario de las exposiciones de productos. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apegarse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, tipografías, tamaños), añadir el logo, añadir la información del evento, editar la foto en el software de Photoshop y realizar el arte en Illustrator. Finalmente se exportó en formato 16:9 jpg. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.



Ilustración 38 Historia horario Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.37 Historias destacadas de Instagram Bazar del Sábado

Se crearon artes para las historias de Instagram de Bazar para informar sobre cómo pertenecer al Bazar. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apegarse a la línea gráfica que se ha establecido (colores, tipografías, tamaños), añadir el logo, añadir la información del evento, editar la foto en el software de Photoshop y realizar el arte en Illustrator. Finalmente se exportó en formato 16:9 jpg. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.

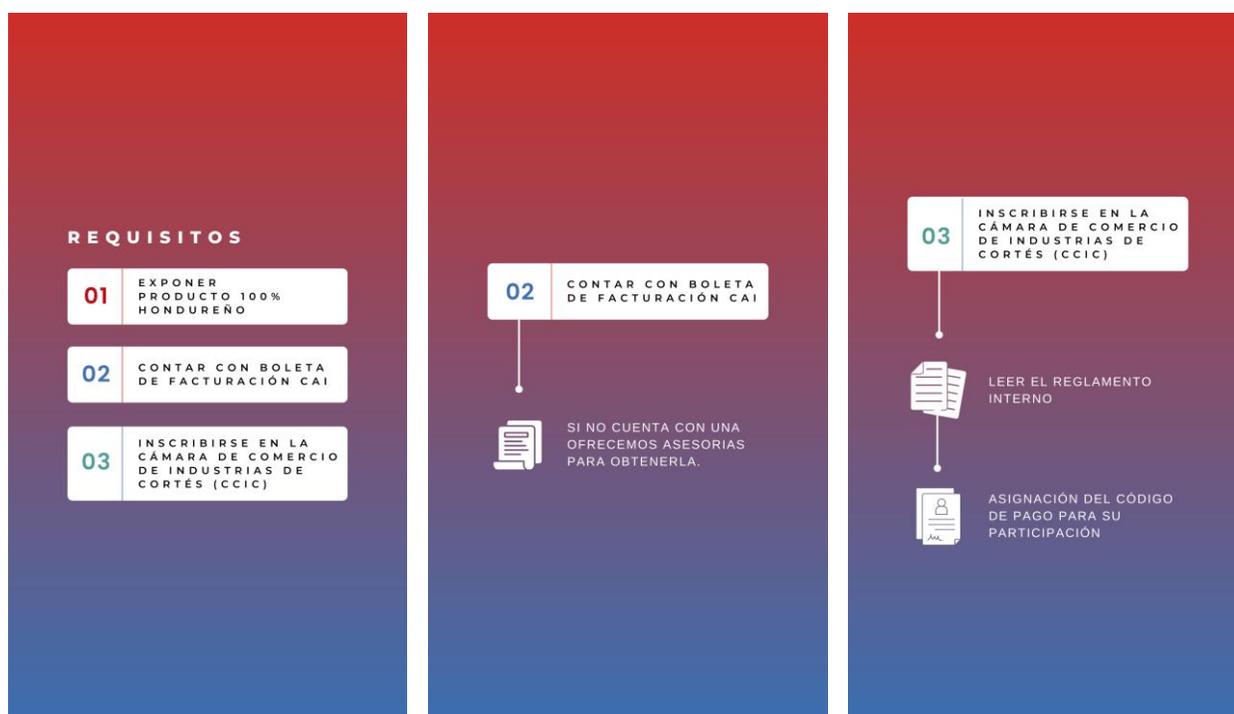


Ilustración 39 Historias Destacadas de Instagram de Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.38 Post para Instagram de Bazar del Sábado Perfil del emprendedor Fila 43 -

46

Para las redes del Bazar se propuso desarrollar el contenido de publicaciones por semana, abarcando 4 secciones: en formato horizontal, un grid de texto (Fila 43) En formato horizontal, perfil del emprendedor (Fila 44-45), un grid de texto (Fila 46) y las filas 47-48 quedan libres para postear imágenes de productos exhibidos ese sábado. Este contenido se desarrolló en 6 horas.



Ilustración 40 Perfil de emprendedor 2

Fuente: (Urquia, 2021)

## Semana 10

27 de septiembre al 30 de septiembre

### 2.2.39 Post e Historia para Evento de Bazar del Sábado

Se creó un arte para la historia de Instagram, para informar sobre los eventos del sábado en el Bazar. El procedimiento para el desarrollo de este arte fue apearse a la línea gráfica que se estableció (colores, tipografías, tamaños), añadir el logo, añadir la información del evento, editar la foto en el software Photoshop y realizar el arte en Illustrator. Finalmente se exportó en formato jpg, 1080px x 1080px y 16:9. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.



Ilustración 41 Post e historia para eventos del Bazar

Fuente: (Urquia, 2021)

## 2.2.40 Campaña motivacional para MIPYMES de la Comisión Mixta de higiene y Seguridad

Se crearon una serie de artes motivacionales para MIPYMES. El procedimiento para el desarrollo de estos artes fue editar imágenes y añadirles mensajes motivacionales añadir la información del evento, y los logos de CCIC y el de la Comisión Mixta de Higiene y seguridad. Finalmente se exportó en formato 1080px x 1080px. Se desarrolló en un periodo de 20 minutos.



Ilustración 42 Campaña motivacional para MIPYMES de la Comisión Mixta CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

### 2.2.41 Historia de Agenda del Bazar

Se creó un arte para la historia de Instagram y Facebook para informar sobre los eventos del siguiente sábado en el Bazar. El procedimiento para el desarrollo de esta historia fue apearse a la línea gráfica que se estableció (colores, tipografías, tamaños), añadir el logo, añadir la información del evento, y realizar el arte en Illustrator. Finalmente se exportó en formato 16:9 jpg. Se desarrolló en un periodo de 10 minutos.



*Ilustración 43 Agenda del Bazar*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **2.3 Actividades de Mejora Implementadas**

El departamento de relaciones públicas únicamente cuenta con un diseñador gráfico, y debido a que el diseñador se encarga de manejar otras áreas de CCIC, actualmente la gerente de comunicaciones asume el rol de realizar posts semanales en las redes sociales de Facebook e Instagram para las 2 marcas que conforman CCIC. Se planteó una solución para que el proceso de creación de contenido y publicación en redes sea más fácil, organizada y eficiente. Esta solución es establecer un horario de trabajo para crear contenido de redes por semana, haciendo uso de Creator Studio para programar los posts semanalmente, y así enfocarse en una cuenta a la vez. La debilidad más grande es la calidad del contenido, ya que este es realizado en el momento de la publicación, y se tiene que actualizar el feed en las 3 cuentas, el contenido es generalizado, no intencional; no sigue una línea gráfica y no ayuda a dar a conocer la marca. Si se dedica tiempo y esfuerzo para crear contenido de calidad y se programa su publicación anticipadamente se lleva un horario para cada posteo y cronograma de las publicaciones, así como el feedback de las interacciones (likes, veces compartido, y comentarios, etc). Es muy importante que las redes sociales hablen bien sobre la imagen de la CCIC, si no hay buen contenido no se puede generar una comunidad y es necesario ganar presencia online. Por ello Creator Studio le permitirá a la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés gestionar y analizar las cuentas de Facebook e Instagram desde una misma plataforma.

---

**CA  
PÍ  
TU  
LO III**

---

Propuesta de  
Mejora

## Capítulo III. Propuesta de Mejora

### 3.1 Problema Identificado

#### 3.1.1 Carencia de Manual de Marca

La Cámara de Comercio de Industrias de Cortés y las marcas que la conforman: Expocentro y Bazar del Sábado, no cuenta con las especificaciones del uso adecuado del logo. Su identidad visual es distorsionada en todo momento por no tener definida una paleta de colores, desde la aplicación del logo en redes sociales, hasta la papelería corporativa, se hace uso de distintas variaciones de color, no se respeta la tipografía, y no cuentan con versiones monocromáticas de los logos lo cual es fundamental para la visibilidad de la marca sobre fondos o imágenes.

#### 3.1.2 Falta de Manual de Identidad Corporativa

CCIC no cuenta con una identidad corporativa definida, la papelería como tarjetas de presentación, papel membretado o carnets no representan la marca y hacen uso de variaciones de tonalidades de azul en su identidad, lo cual no es correcto porque no hace uso de los colores exactos de la marca (por ejemplo, agendas, libretas, papel membretado, productos promocionales)

#### 3.1.3 Falta de Línea Gráfica para redes del Bazar

Bazar del Sábado no cuenta con una línea gráfica para redes sociales, no cuenta con plantillas para usos específicos como eventos, historias, perfil, contenido, tampoco hace uso de los colores de la marca en los artes para publicaciones, el perfil de Instagram no transmite nada de la marca y no es coherente con la identidad de la misma. No hacen uso de las mismas tipografías

para las publicaciones y tampoco los tamaños de tipografía son uniformes en los artes.

## **3.2 Soluciones Identificadas**

- 3.2.1 Crear un manual de marca con las especificaciones del uso correcto de la identidad gráfica de CCIC, Bazar del Sábado y Expocentro.
- 3.2.2 Crear un manual stationary que defina la aplicación correcta del uso del logo y su paleta de colores en papelería corporativa y productos promocionales, etc.
- 3.2.3 Crear un manual de Estilo para las redes de Bazar del Sábado, desarrollando plantillas para que se pueda respetar el manual en todas sus especificaciones como colores, tipografía, tamaños, dimensiones, formatos, etc.

### **3.2.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto**

#### **3.2.1.1 Manuales de Marca**

Como solución al problema de aplicación incorrecta de los logos de las marcas que maneja CCIC se propone crear un manual de marca que contenga parámetros de cómo se debe usar correctamente la identidad gráfica. Para ello se realizarán 3 manuales de marca (manual de marca de CCIC, Expocentro, Bazar del Sábado.)

### 3.2.1.2 Manual Stationary CCIC

La propuesta para desarrollar la identidad corporativa de la marca CCIC es el diseño de un Manual Stationary que defina una línea gráfica uniforme para la papelería corporativa, carnets, tarjetas de presentación y productos promocionales.

### 3.2.1.3 Manual de Estilo para Bazar del Sábado

Como respuesta a la ausencia de una línea gráfica para las redes sociales del Bazar se desarrollará un manual de estilo y plantillas de contenido. El manual de estilo le proporcionará información sobre el contenido de las redes y sus especificaciones de aplicación. Las plantillas serán el recurso que les facilitará respetar la diagramación y las reglas de uso expuestas en el manual.

## **3.2.2 *Objetivos del Proyecto Propuesto***

### 3.2.2.1. Manual de marca CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado

Objetivo 1: Mejorar la imagen de las marcas CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado durante las siguientes 10 semanas.

Objetivo 2: Proporcionar un material que le permita a las marcas hacer uso correcto de su identidad visual en las próximas semanas de práctica profesional.

Objetivo 3: Implementar las especificaciones de la aplicación adecuada del logo en los canales de comunicación las redes sociales en el transcurso de la práctica profesional.

### 3.2.2.2. Manual Stationary

Objetivo 1: Proponer una mejora para la papelería corporativa de la marca CCIC desarrollada durante las próximas semanas de práctica profesional.

Objetivo 2: Diseñar una línea gráfica que logré representar la marca CCIC en el transcurso de la práctica profesional.

Objetivo 3: Mejorar la identidad corporativa de la marca, tanto para comunicación interna (establecimiento y oficinas) como para comunicación externa, clientes, notas de prensa, comunicados, durante las próximas 10 semanas de práctica.

### 3.2.2.3. Manual de Estilo

Objetivo 1: Establecer una línea gráfica funcional que le permita a Bazar del Sábado mejorar su perfil de redes sociales, en las próximas 10 semanas.

Objetivo 2: Organizar el tipo de contenido del perfil de Instagram y Facebook de Bazar del Sábado en el transcurso de la práctica profesional.

Objetivo 3: Aplicar las especificaciones del manual de estilo en el contenido de los canales de comunicación, las redes sociales, mediante el uso de plantillas, durante las últimas 2 semanas de práctica profesional.

### **3.2.3 Alcances del Proyecto**

- 3.2.3.1 El propósito de la implementación de este proyecto es proporcionar una mejora en toda la identidad visual de las marcas que CCIC maneja. La identidad visual es la cara de la empresa y debe comunicar y representar a la empresa, por ello se pretende desarrollar un manual que le permita hacer uso de la marca de forma adecuada y coherente con el concepto de la misma. Esto involucra investigar a profundidad la imagen corporativa de las empresas, su filosofía empresarial: misión, visión, sus valores y también conocer los distintos usos de las marcas que hasta el momento han sido aplicados en social media, publicidad, papelería, etc. A partir de esa recopilación de información se puede definir el uso adecuado de la identidad visual mediante el diseño de tres manuales de marca en formato digital. El departamento de relaciones públicas es el principal beneficiado de este manual, el cual está conformado por la gerente de comunicaciones: Licenciada Tatiana Paz, y el diseñador gráfico Licenciado Javier Vega.
- 3.2.3.2 La creación de un manual stationary le permitirá a la CCIC, mejorar su imagen y presentarse de una mejor forma ante los medios de comunicación. La papelería corporativa es la cara de la marca, y está presente en comunicados de prensa, boletín informativo, papel membretado, flyers, tarjetas de presentación y carnets por ello se propone definir una línea gráfica que represente la marca y sea aplicada a la papelería de la CCIC, esto se puede lograr mediante el desarrollo de un manual stationary o

manual de Identidad Corporativa en formato digital. Los beneficiados de este manual son el departamento de relaciones públicas, y la oficina administrativa ya que podrá renovar la imagen de toda la papelería corporativa, proporcionando una nueva imagen a las tarjetas de presentación de los directores ejecutivos y el presidente de la Cámara de Comercio. Así mismos también empleados podrán portar un carnet de identificación como personal de la CCIC.

- 3.2.3.3 El desarrollo de un manual de estilo para redes sociales del Bazar y sus plantillas le permitirá mejorar su imagen y organizar el contenido que proporciona hacia su comunidad virtual, que en este caso son emprendedores de San Pedro Sula, alrededores y Honduras en general. Al establecer parámetros y reglas de uso para cada tipo de contenido se genera un orden en el perfil y los usuarios podrán encontrar fácilmente el contenido por categoría, siendo la comunidad, personas que visitan el bazar, así como interesados en ser parte de él, su principal segmento. Los beneficiados de este manual y las plantillas son el departamento de relaciones públicas de CCIC ya que ellos manejan las redes del Bazar y los usuarios que siguen las redes ya que podrán encontrar por categoría el contenido informativo. (Emprendedores, consejos, productos)

### **3.2.4 Componentes del Proyecto**

- 3.2.4.1 El desarrollo de los manuales de marca de CCIC, Bazar del Sábado, y Expocentro incluirán todas las especificaciones necesarias para hacer

uso de la misma, ya sea en medios digitales o formato impresión. Este manual contiene lo siguiente:

- Imagen corporativa
- Descripción de isotipo (tipo de logo, tipografía,)
- Dimensiones de logo,
- Paleta de colores
- Variaciones de color
- Aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas.

3.2.4.2 El desarrollo del manual de identidad corporativa CCIC incluye los diseños y especificaciones de la papelería corporativa. Este manual contiene lo siguiente:

- Papel oficial
- Papel comercial
- Sobre oficial
- Sobre comercial
- Carpeta
- Tarjetas de presentación
- Carnets
- Productos promocionales.

3.2.4.3 El manual de estilo de Bazar del Sábado proporciona las reglas de uso adecuado y diagramación del contenido de publicaciones. Aquí se incluye lo siguiente:

Especificaciones de:

1. Tipografía
2. Tamaño de tipografía
3. Formato
4. Paleta de colores
5. Variaciones de color de logo

Tipo de contenido:

- Portada para animaciones
- Portada para video
- Posts por categorías:
  - Informativo (Eventos, Horario, Recordatorio, Infografías)
  - Motivacional (Tips para un emprendedor, Frases motivacionales)
  - Promoción de productos (Marca, perfil del emprendedor)
  - Grids: (Foto 3x1 , 3x2, 3x3, cuadros)
- Historia de Instagram y Facebook por categorías:
  - Informativo (Eventos, Horario, Recordatorio, Infografías)
  - Promoción de productos (Fotos de productos)

### 3.3 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

#### 3.3.1 Manuales de marca CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado

Para la elaboración de los manuales de marca se partió de la metodología de Fallon, ya que busca proponer una solución en respuesta a una necesidad evidente, y que a su vez garantiza funcionalidad.



*Ilustración 44 Metodología de Fallon*

*Fuente: (Vilchis, 2000)*

Este esquema permite evaluar de forma simple y ordenada un problema, analizarlo e identificar posibles soluciones que sean eficientes y que procuren brindar la mejor opción como respuesta.

### 3.3.2 Manual Stationary CCIC

El manual de Identidad Corporativa de CCIC o mejor conocido como Manual Stationary fue desarrollado haciendo uso de la metodología de Bruce Archer.



*Ilustración 45 Etapas del proceso de diseño según Archer Elaboración propia (1963)*

*Fuente (Bío-Bío, 2013)*

Bruce Archer dedicó un libro para esta metodología y le llamo a esta, “El método sistemático para diseñadores”. Archer define el proceso de diseño como “seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estética dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles” (Archer, 1964).

Esta metodología cumple con las fases necesarias para el desarrollo de este tipo proyecto ya que consiste en proponer soluciones evaluando el problema desde un análisis concreto para así poder proponer soluciones creativas y eficaces, que garantice aplicación y funcionalidad.

### 3.3.3 Manual de Estilo Bazar del Sábado

El manual de Estilo fue desarrollado con la metodología de Bruno Munari, quien fue uno de los padres y grandes representantes del diseño italiano del siglo XX. Su campo de actuación fue amplio, incluyendo el diseño industrial y diseño gráfico, pintura, fotografía, cine y literatura.



*Ilustración 46 Metodología de Bruno Munari*

*Fuente: (Villa, n.d.)*

Esta metodología Munari la desarrollo a partir de los fundamentos de modelos metodológicos de Archer, Fallon, Sida y Asimowa, pero propone un orden distinto para la resolución de un problema. Bruno Munari presenta una metodología donde el diseñador es un proyectista el cual debe ser capaz de

descomponer cada problema en pequeños problemas particulares, de tal manera que se puedan solucionar parcialmente. Propone al método como un instrumento que es modificable por lo que esta metodología ha sido bien recibida para la resolución de problemas. Entre ellas se podrían mencionar las siguientes: Decoración, indumentaria, camping, instrumentos de medida, juegos y juegos didácticos, museos y exposiciones, parque de atracciones, jardines, cine y televisión, artes gráficas, entre otras.

Según esta metodología.” Para la resolución de problemas enfocados hacia el diseño, se parte de la proyección a través de un método. De igual manera, se determina la necesidad de realizar un estudio previo acerca de los antecedentes de dicho proyecto, así como también de los elementos y materiales necesarios para el desarrollo del mismo.” (Metodología del Diseño, 2013)

### **3.3.1 Fases del Desarrollo del Proyecto**

#### **3.3.1.1 Manuales de marca**

La metodología Fallon se basa en 5 factores básicos:

- **Preparación** (Identificación del problema / Diagnostico de situación actual / Identificación de alternativas o posibles soluciones)
- **Información**
- **Valoración**
- **Creatividad**
- **Selección**

## 1. Preparación (Recopilación y análisis de los antecedentes que permitan la ejecución del proyecto)

Se realizó un proceso de Investigación de cada marca individualmente, en el departamento de relaciones públicas. Se estudió y analizó el contexto de trabajos en formato digital, impresión, paleta de colores y todo lo que involucra los antecedentes de aplicación de identidad visual de las marcas Expocentro, CCIC y Bazar del Sábado.



*Ilustración 47 Logos de marcas*  
Fuente: (Urquia, 2021)

### - Identificación del problema:

Las marcas CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado no hacen uso correcto de sus logotipos, no cuentan con especificaciones del uso adecuado de aplicaciones para formatos de impresión o digital para redes, no cuentan con una paleta de color definida y coherente a los valores de la marca.



*Ilustración 48 Uso inadecuado de aplicaciones de logos*  
Fuente: (Urquia, 2021)

- Diagnóstico de situación actual:

Se deben establecer parámetros para el uso correcto de las marcas, donde se definan, áreas y dimensiones de logo, paleta de colores, variaciones de color, aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas.

- Identificación de alternativas o posibles soluciones:

Creación de un manual de marca para Expocentro, CCIC y Bazar del Sábado.

## **2. Información (Se ordena el material recopilado)**

Toda la información por marca se organizó en un total de tres documentos, esta información incluía un resumen de aplicaciones en redes sociales, algunos colores que se usaban en artes, ejemplos de artes, papelería, revistas y agendas de las marcas, la imagen corporativa (historia, misión, visión, valores) y también se visualizaron las redes sociales de cada marca.

## **3. Valoración de recursos, asignaciones, posibles soluciones**

Los medios y herramientas que se usaron para el desarrollo de los manuales fueron el software Illustrator, y una computadora.

## **4. Creatividad**

Se idearon y diseñaron 2 propuestas de línea gráfica para el manual de cada marca, adjuntando todo lo que conlleva un manual de marca, dimensiones del logo, tipo de logo, fuentes tipográficas, paleta de colores con sus porcentajes

de color en formato RGB y CMYK, variaciones de color, aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas.

## 5. Selección

Se seleccionó la propuesta de línea grafica que se apegó más a su imagen corporativa, coherente con los valores y lo que la cada marca quiere transmitir. Y seguidamente se procedió a diseñar el manual de cada marca.

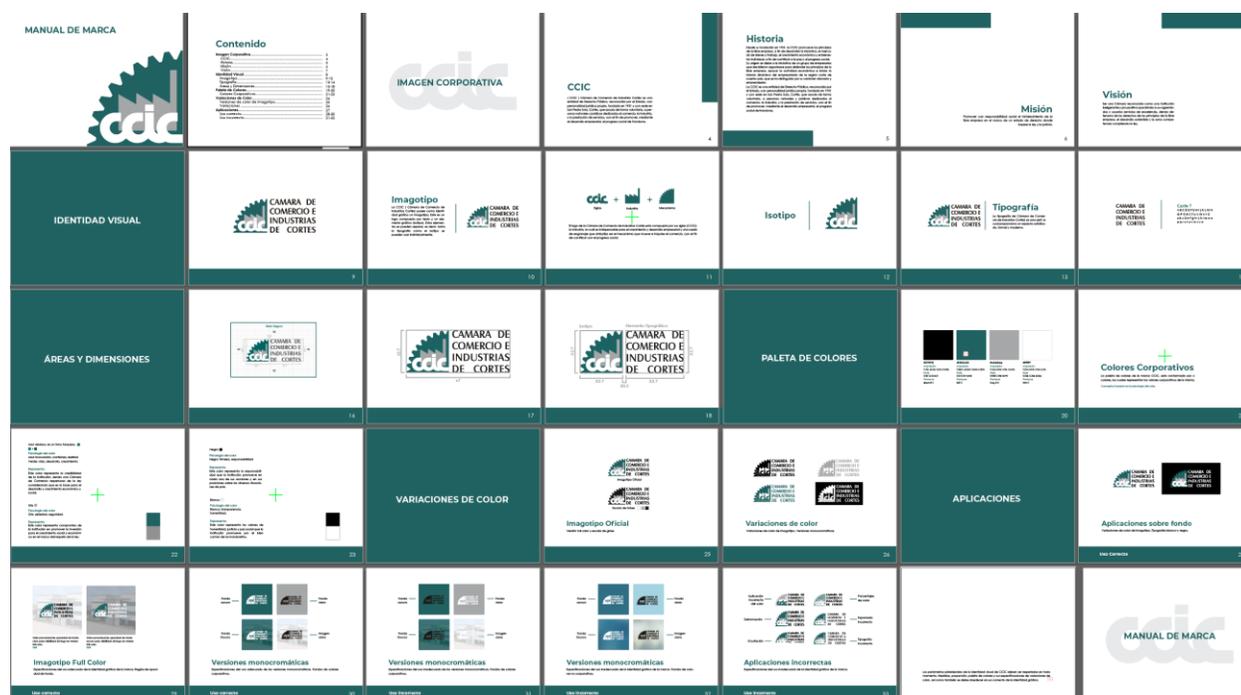


Ilustración 49 Manual de marca CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

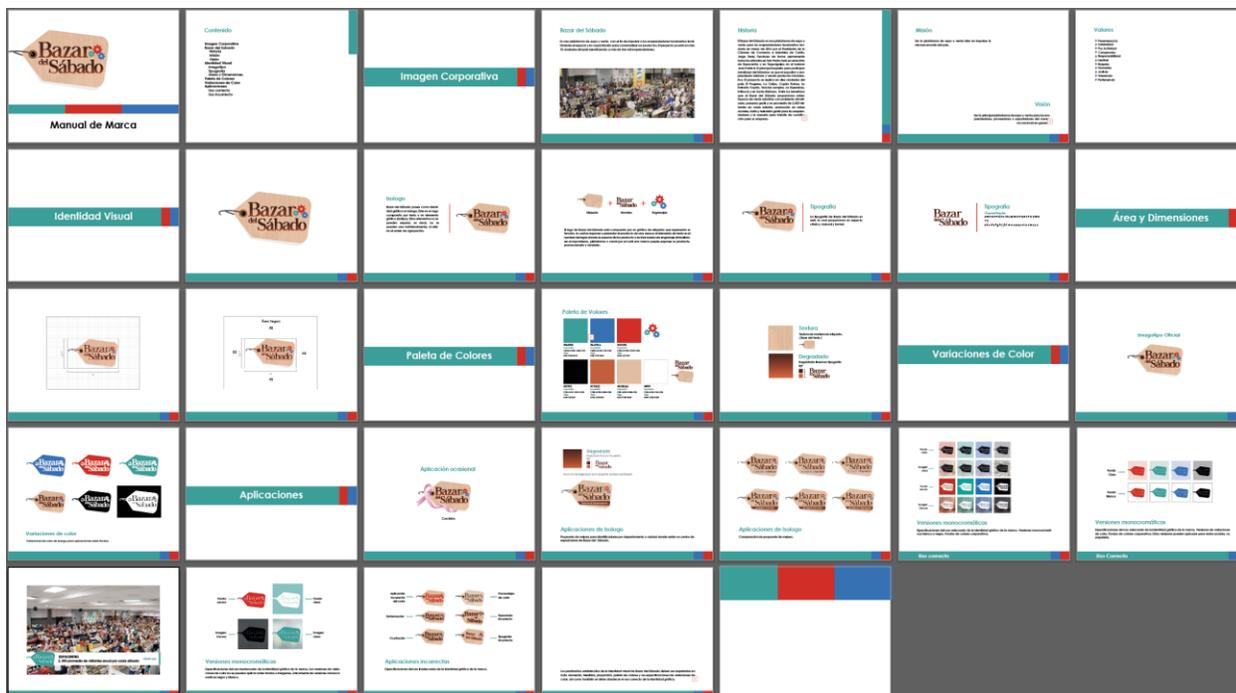


Ilustración 50 Manual de Marca Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

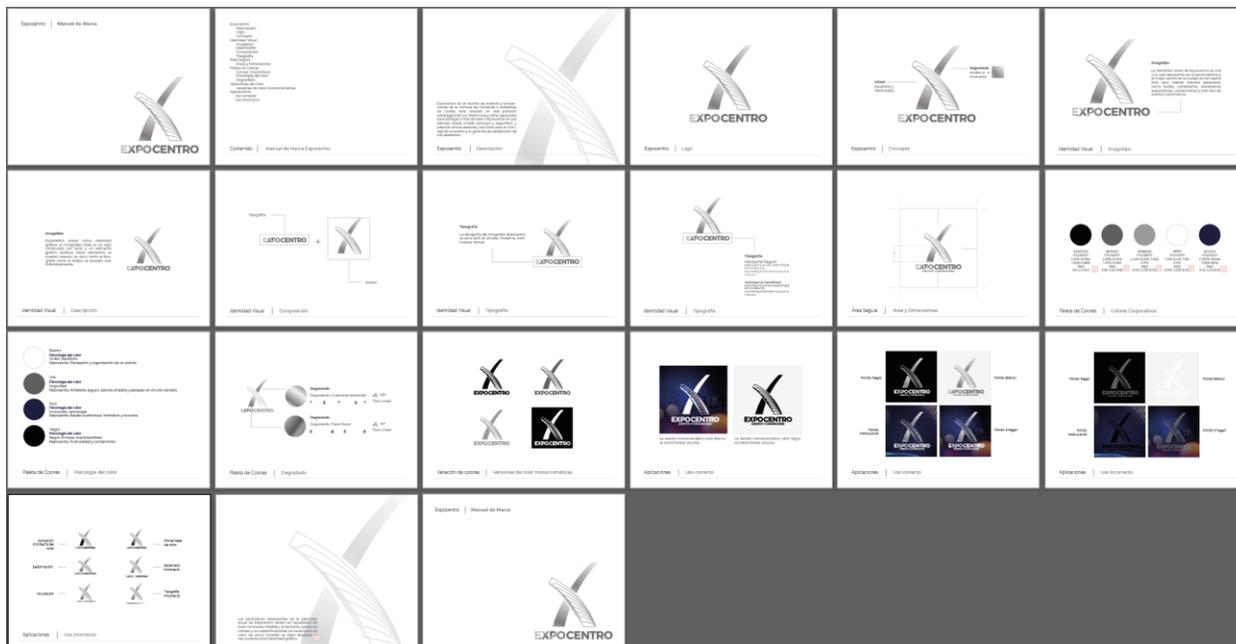


Ilustración 51 Manual de Marca Expocentro

Fuente: (Urquia, 2021)

### 3.3.1.2 Manual Stationary CCIC

Esta metodología está basada en 3 etapas simples:

- Etapa Analítica
- Etapa Creativa
- Etapa de Ejecución

A su vez estas etapas se dividen en las siguientes fases:

1. Definición del problema
2. Obtener datos relevantes
3. Análisis y síntesis de datos
4. Desarrollo de prototipo
5. Validación del diseño
6. Preparación para producción

#### **1. Etapa Analítica**

##### **- Definición del problema**

La Cámara de Comercio de Industrias de Cortés no contaba con una identidad corporativa definida, no tenía un diseño uniforme para el papel membretado además que no hacían uso del color exacto del logo en canales de comunicación, bandera institucional, redes sociales, página web, etc.

- **Obtener datos relevantes**

Se realizó una serie de preguntas a la gerente de comunicaciones y al diseñador gráfico del área para que evaluaran las ideas de mejoras que se logró identificar para productos promocionales y papelería corporativa y así tener retroalimentación de las sugerencias propuestas.

## 2. Etapa Creativa

- **Análisis y síntesis de los datos**

Se analizó y evaluó toda la información y recomendaciones para poder proseguir con el desarrollo del diseño de la línea gráfica para el manual y papelería.

- **Desarrollo de prototipo**

Se desarrolló la propuesta para la papelería corporativa, carpetas, tarjetas de presentación, carnets, y productos promocionales.



*Ilustración 52 Propuestas de manual de identidad corporativa*

Fuente: (Urquia, 2021)

### 3. Etapa Ejecución

#### - Validación del diseño

Se presentó la propuesta al departamento de relaciones públicas a espera de aprobación.

#### - Preparación para producción

Se aprobó el manual y se cotizaron los productos promocionales para comenzar a implementar desde ya las propuestas del manual. Se llevo a cabo la producción de 200 libretas y para el siguiente año se espera renovar su imagen de papelería y demás productos promocionales

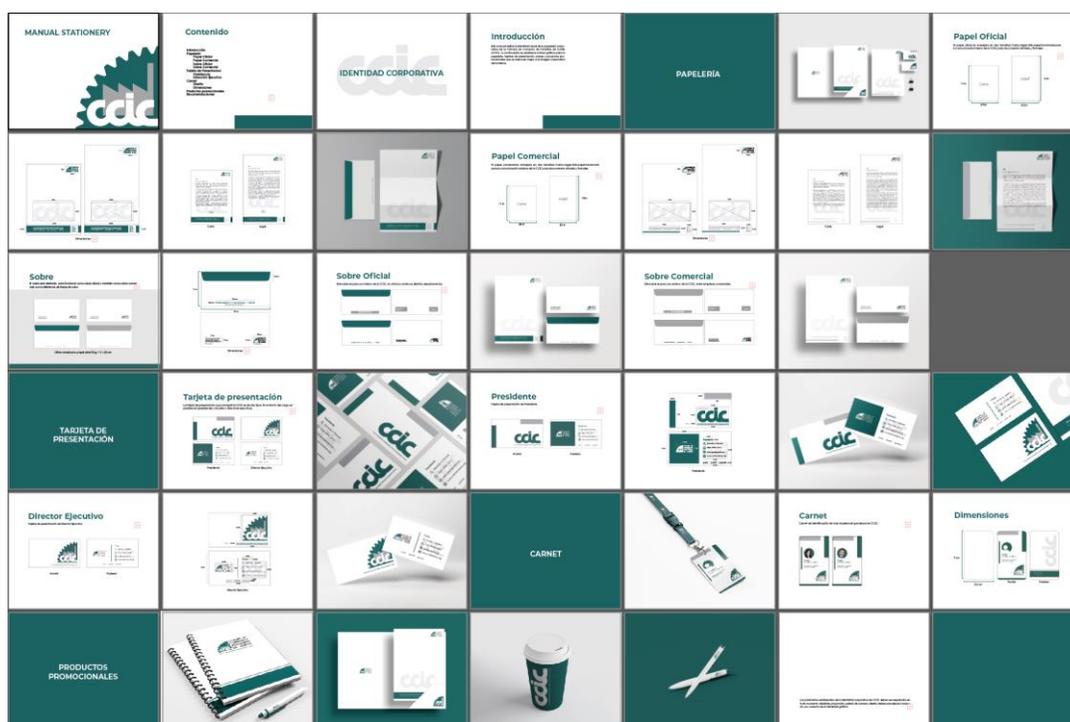


Ilustración 53 Manual Stationery CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

### 3.3.1.3 Manual de Estilo Bazar Del Sábado

Esta metodología proyectual se compone de los siguientes pasos.

1. **Problema:** Se identificó el problema de la falta de línea gráfica para las redes sociales de Facebook en Instagram de la marca Bazar del Sábado.

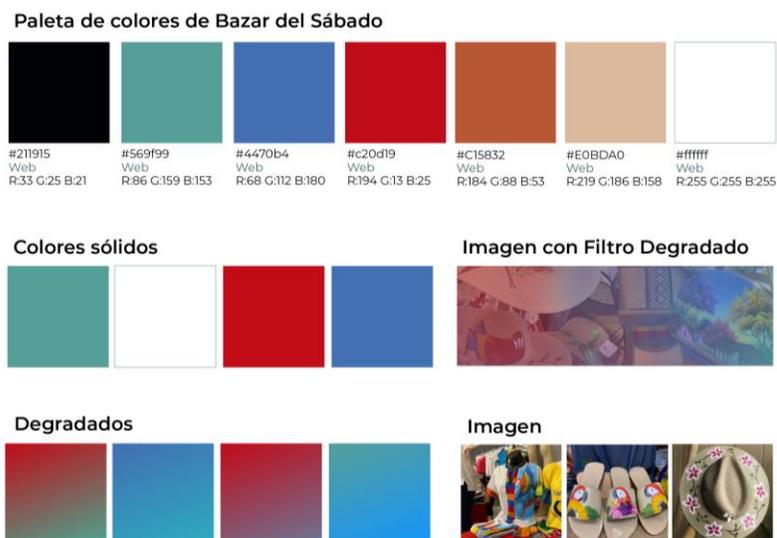


*Ilustración 54 Bazar del Sábado Instagram*

Fuente: (Bazar del Sabado, 2021)

2. **Definición del problema:** No había un manual de marca que definiera las aplicaciones y variaciones de color del logo del Bazar, tampoco se hacía uso de una paleta de colores ya que los artes eran realizados con plantillas de Canva y sin seguir un estilo de diseño coherente entre las publicaciones.
3. **Complejidad del Problema:** la encargada de administrar las redes sociales de Facebook e Instagram no es una diseñadora gráfica, sino licenciada en comunicaciones y no sabe utilizar los softwares de Adobe, Ilustrador y Photoshop (principalmente)

4. **Recopilación de datos:** Las sugerencias para el desarrollo de línea gráfica y el contenido del perfil es que sea coherente con el concepto del Bazar. Por lo tanto, las categorías del contenido a desarrollar deben ser relacionadas con innovar, emprender, consejos o sugerencias de negocios, productos que se exponen en el bazar etc.
5. **Análisis de datos:** Las propuestas de línea gráfica para contenido de redes deben ser proporcionadas en un medio o software que la licenciada en comunicaciones pueda manejar. El perfil del Bazar debe reflejar los valores y el concepto de la marca, por lo tanto, la línea gráfica de las redes tiene que ser intencional y específica para el segmento al que está dirigida.
6. **Creatividad:** Creación una línea gráfica moderna, juvenil e innovadora que logre representar lo que es Bazar del Sábado, una plataforma de exposición y venta de productos de emprendedores Hondureños.



*Ilustración 55 Línea gráfica para redes Bazar del Sábado*

Fuente: (Urquia, 2021)

7. **Materiales y tecnologías:** Creación de un manual de estilo con el software Ilustrador y Photoshop que especifique la diagramación correcta del contenido de las redes, y la clasificación por categoría del tipo de contenido. Software Canva, internet y una computadora y dispositivo móvil para acceder a las plantillas.
8. **Experimentación:** Se comenzaron a adaptar los formatos de los posts, jugando con paleta de colores y con los tamaños de tipografía.
9. **Modelos:** Se propuso ordenar el contenido por categorías y se creó una plantilla por tipo de categoría:
  - Posts por categorías:
    - Informativo (Eventos, Horario, Recordatorio, Infografías)
    - Motivacional (Tips para un emprendedor, Frases motivacionales)
    - Promoción de productos (Marca, perfil del emprendedor)
    - Grids: (Foto 3x1, 3x2, 3x3, cuadros)
10. **Verificación:** Se presentó la propuesta a la gerente de comunicaciones, el concepto de la nueva línea gráfica, su funcionalidad y la distribución del contenido.
11. **Dibujos o Bocetos:** Después de su aprobación se procedió a elaborar fondos de paleta de colores, definir tamaño de fuentes y formatos de posts.
12. **Solución:** Se creó un manual de estilo en formato digital con las especificaciones de la correcta diagramación de contenido en redes de Facebook e Instagram y se diseñaron plantillas en el software de Canva para facilitar la edición de contenido.

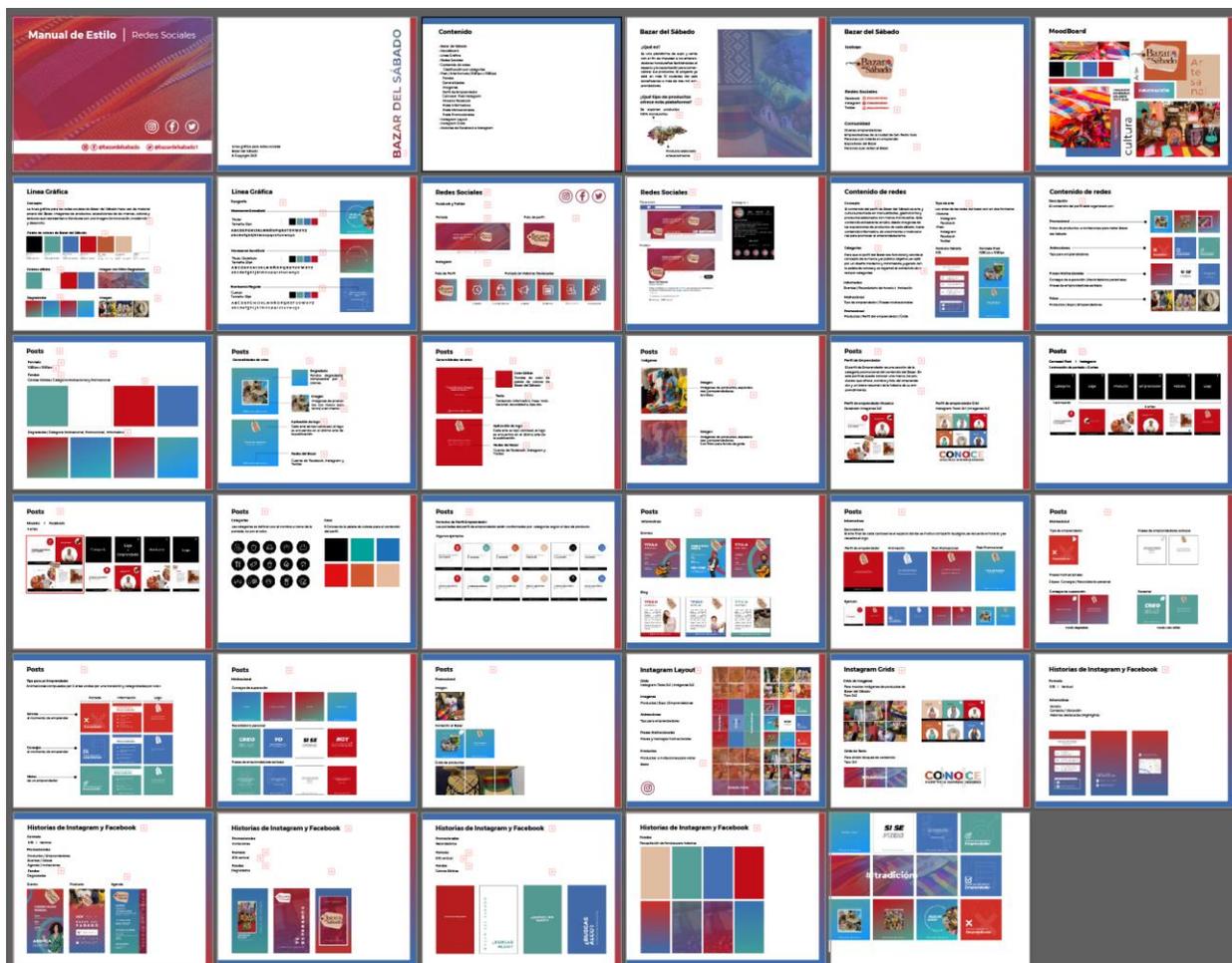


Ilustración 56 Manual de Estilo Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

## 6. Cronograma de Desarrollo y de Implementación

### 3.3.3.1 Manuales de marca

Semana 23 – 29 Agosto	Investigación de metodologías	Definición de metodologías a utilizar	Implementación de la estrategia metodológica seleccionada	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Implementación
Lunes									
Martes									
Miércoles									
Jueves									
Viernes									
Sábado									
Domingo									Próximo año

### 3.3.3.2 Manual Stationary CCIC

Fecha	Metodología			Fases						Implementación
Semana 30 Agosto Al 05 de Septiembre	Investigación de metodologías	Definición de metodologías a utilizar	Implementación de la estrategia metodológica seleccionada	1	2	3	4	5	6	Implementación
Lunes										
Martes										
Miércoles										
Jueves										
Viernes										
Sábado										
Domingo										Próximo año

### 3.3.3.3 Manual Estilo Bazar del sábado

Fecha	Metodología			Fases												Implementación
Semana 13 Septiembre Al 19 de Septiembre	Investigación de metodologías	Definición de metodologías a utilizar	Implementación de la estrategia metodológica seleccionada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Implementación
Lunes																
Martes																
Miércoles																
Jueves																
Viernes																
Sábado																
Domingo																Próximo año

## DIAGRAMA DE GANNT

SERVICIO DE DISEÑO		SEMANAS					Implementación
		16-22 Agosto	23-29 Agosto	30 Agosto - 5 Septiembre	6 – 12 Septiembre	13 – 19 Septiembre	
TIEMPO APROX	ACTIVIDAD	5	6	7	8	9	
6 horas	Identificación de propuestas de mejora con la gerente de comunicaciones						
3 horas	Aprobación de propuestas sugeridas por parte de coordinadora de carrera y gerente de comunicaciones						
24 horas	Diseño de Manual de marca CCIC						Implementarse en 2022
16 horas	Diseño de Manual de marca Expocentro						Implementarse en 2022
16 horas	Diseño de Manual de Marca Bazar del Sabado						Implementarse en 2022
120 horas	Diseño de Manual Stationary CCIC						Implementarse en 2022
100 horas	Diseño de Manual de Estilo para redes del Bazar						Implementarse en 2022
276 hrs	5 Manuales (3 de Marca / 1 Manual Stationary / 1 Manual de Estilo para redes)						

 Propuesta de mejora 1

 Propuesta de mejora 2

 Propuesta de mejora 3

### 3.2.2 Presupuesto Requerido

No	Tipo	Energía	Depreciación	Software	Servicio de Diseño	Horas de Trabajo	Total
1	Manual de Marca CCIC	74 W/h	iMac 2018	Ilustrador	Identidad de Marca	24	
		L 6.54	L 35.00	L 73.50	L 908.33	L 1,000.00	L 2,023.37
2	Manual de Marca Expocentro	74 W/h	iMac 2018	Ilustrador	Identidad de Marca	16	
		L 4.36	L 23.33	L 49.00	L 605.56	L 666.67	L 1,348.91
3	Manual de Marca Bazar del Sábado	74 W/h	iMac 2018	Ilustrador	Identidad de Marca	16	
		L 4.36	L 23.33	L 49.00	L 605.56	L 666.67	L 1,348.91
4	Manual Stationary CCIC	74 W/h	iMac 2018	Ilustrador/ Photoshop	Identidad Corporativa	120	
		L 32.69	L 175.00	L 735.00	L 1,513.89	L 5,000.00	L 7,456.58
5	Manual de Estilo para redes del Bazar del Sábado	74 W/h	iMac 2018	Ilustrador/ Photoshop	Diseño para Social Media	100	
		L 27.24	L 145.83	L 612.50	L 1,261.57	L 4,166.67	L 6,213.81
						Total	L 18,391.59

Ilustración 57 Tabla de costos

Fuente: (Urquia, 2021)

Total de costo	Valor en Mercado	Utilidad
L 2,023.37	L 4,000.00	L 1,976.63
L 1,348.91	L 4,000.00	L 2,651.09
L 1,348.91	L 4,000.00	L 2,651.09
L 7,456.58	L 9,000.00	L 1,543.42
L 6,213.81	L 7,000.00	L 786.19
L 18,391.59	L 28,000.00	L 9,608.41

Ilustración 58 Tabla de presupuesto

Fuente: (Urquia, 2021)

Aspectos valorados en el presupuesto	
Tipo de Proyecto	Alcance, complejidad.
Equipo	Softwares de diseño, Energía Eléctrica, computadora.
Servicio de Diseño	Conocimiento, experiencia y habilidades en diseño adquiridas a lo largo de la carrera profesional
	Estilo, creatividad, originalidad y autenticidad en el diseño, proporcionando una propuesta de diseño coherente con la imagen y valores de la marca.
Horas de Trabajo	Total de horas invertidas en el desarrollo del proyecto.

Cotización de Productos Promocionales  
(Véase Anexo 15)

Productos y Servicio				
No.	Cantidad	Descripción	P. Unitario	Total
1	250	Libreta tipo agenda, pasta dura a color laminada y anilla metálica, 150 hojas impresas a color, tamaño 7x9 pulgadas	220.00	L. 55,000.00
2	250	Carpeta con pestaña interna en lado izquierdo para guardar papel tamaño 8.5x11 pulgadas en cartoncillo 4 barniz UV	28.00	L. 7,000.00
3	250	Pluma blanca, sublimable, con logo impreso a color	18.00	L. 4,500.00
			Sub Total	57,826.09
			15% I.S.V	8,673.91
			Total	L. 66,500.00

### 3.2.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

En el departamento de comunicaciones de la CCIC, no cuentan con un diseñador gráfico o Community Manager dedicado a manejar las redes de CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado. Ya que estos manuales son recursos proporcionados como solución al uso inadecuado de las marcas van a implementarse a partir del siguiente año, cuando la plaza de diseño abra en el departamento de relaciones públicas. Debido a que aún no puede evaluarse la implementación de los manuales desarrollados para las marcas se optó por evaluar la eficiencia del contenido proporcionado a través de los manuales, se valoró el contenido por 3 categorías: aplicación, funcionalidad y durabilidad. La gerente de comunicaciones evaluó cada manual respondiendo una encuesta, de la cual se pueden visualizar los resultados en las siguientes tablas.

1. Manual de Marca CCIC, Expocentro y Bazar del Sábado
2. Manual Stationery CCIC
3. Manual de Estilo Bazar Del Sábado

Los 5 manuales se evaluaron por tres categorías, cada categoría contiene 3 preguntas cuya valoración individual es de 1 punto, haciendo un total de 3 puntos por categoría.

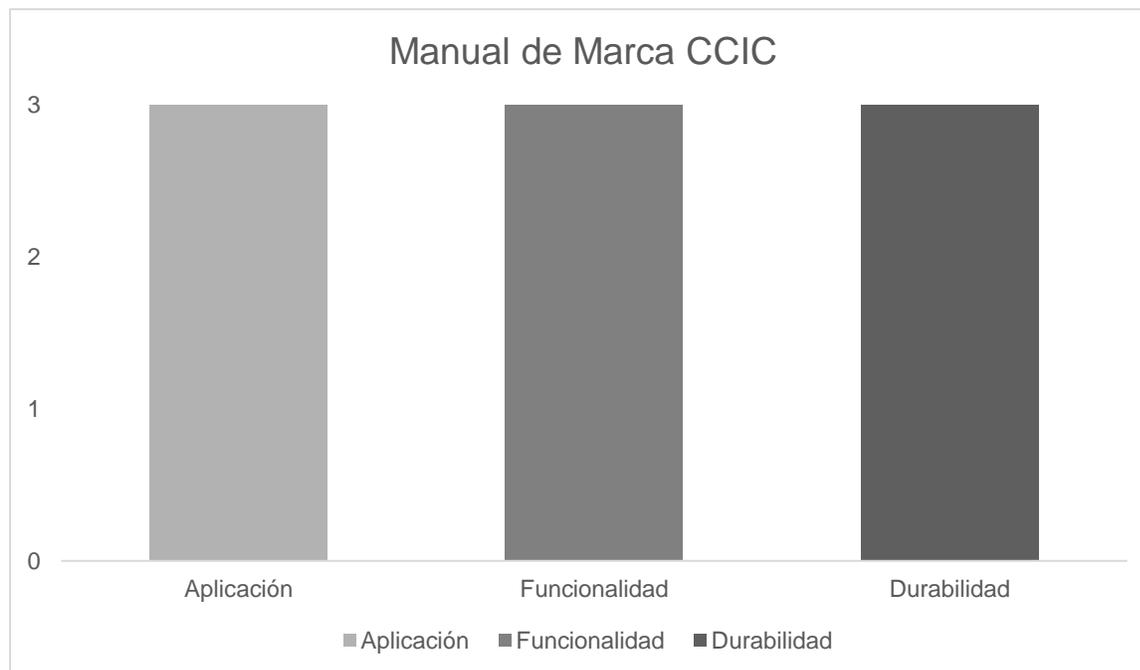
Categorías	Valoración
Aplicación	3 puntos
Funcionalidad	3 puntos
Durabilidad	3 puntos
Total	9 puntos

*Ilustración 59 Rubrica de evaluación de indicadores*

Fuente: (Urquia, 2021)

### Manuales de Marcas

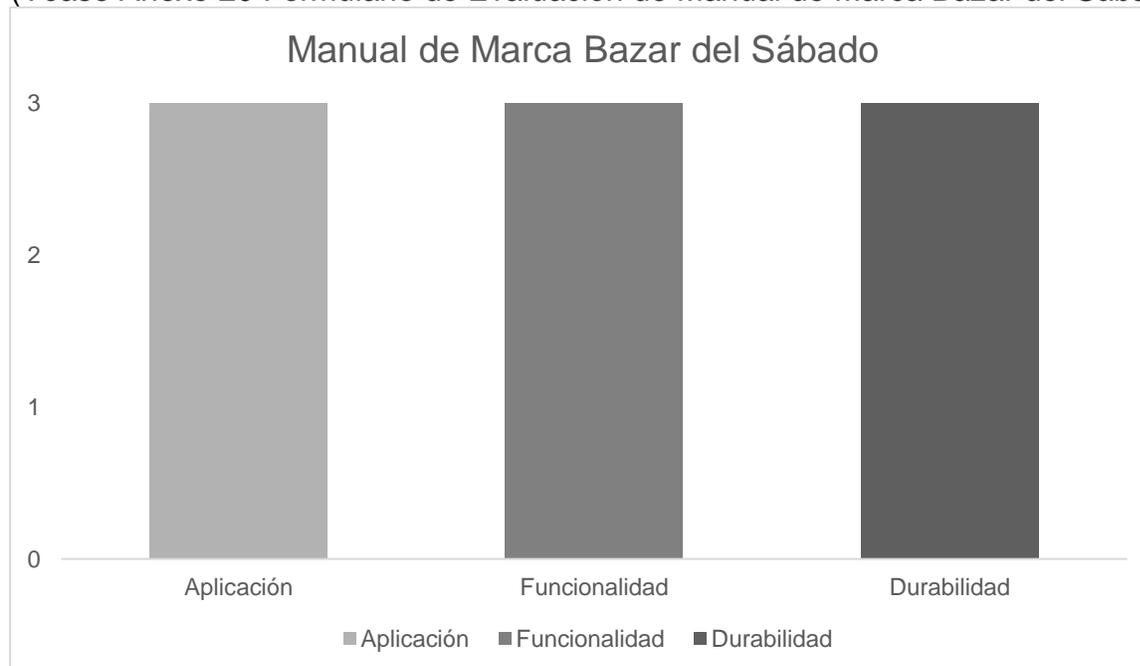
(Véase Anexo 18 Formulario de Evaluación de Manual de Marca CCIC)



*Ilustración 60 Indicador de Manual CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

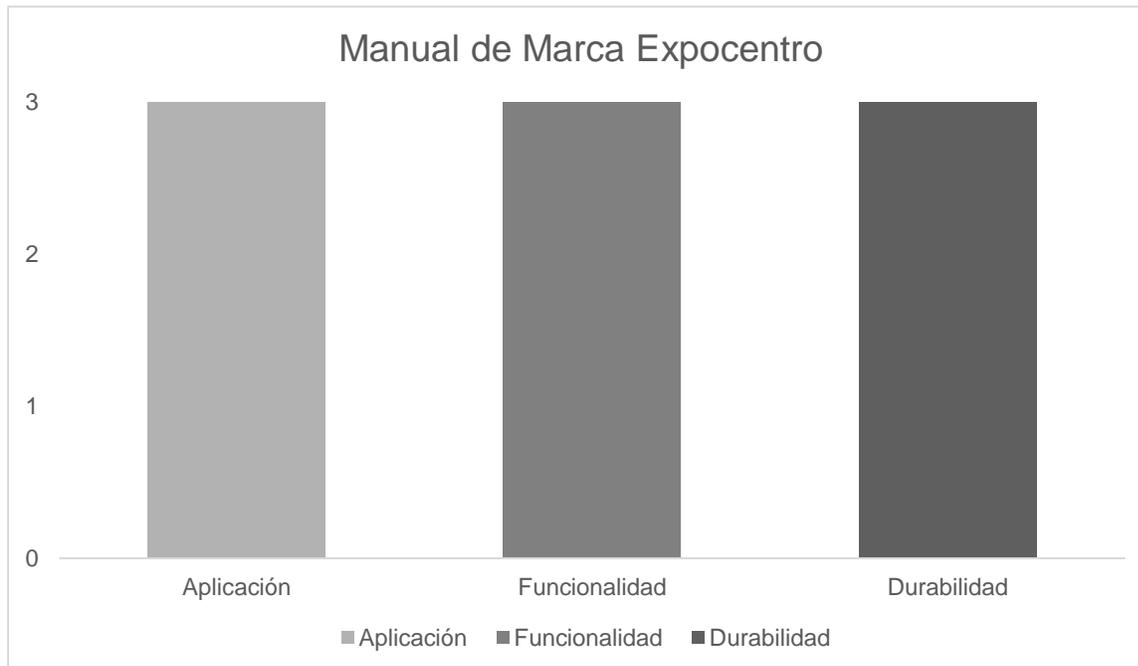
(Véase Anexo 20 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Bazar del Sábado)



*Ilustración 61 Manual de Marca Bazar del Sábado*

Fuente: (Urquia, 2021)

(Véase Anexo 19 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Expocentro)

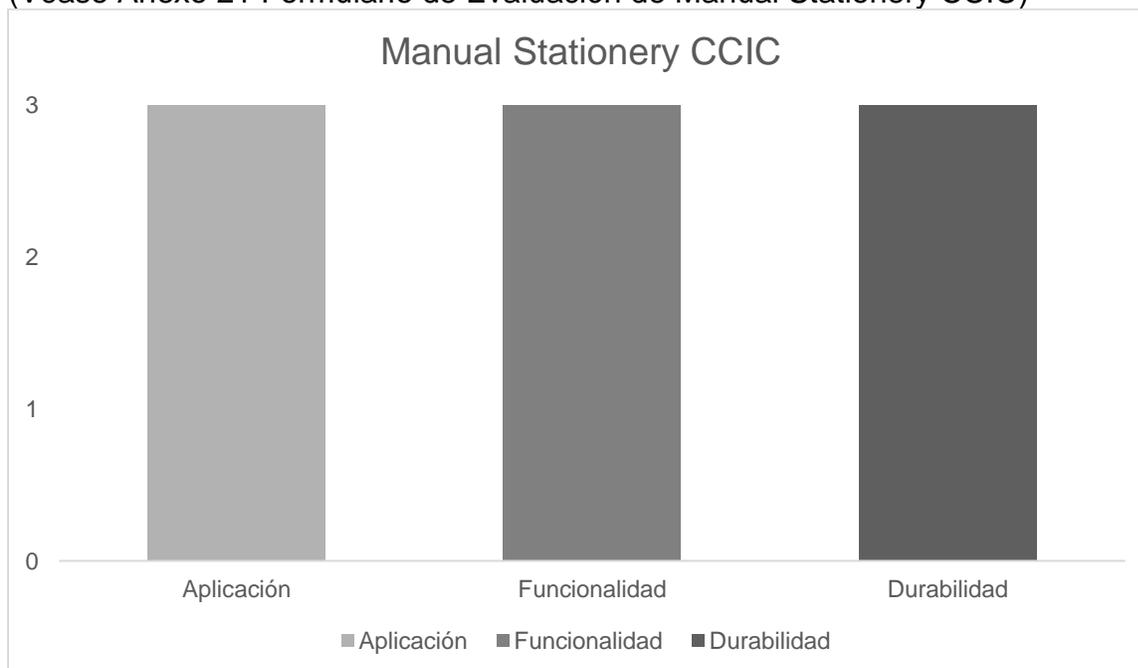


*Ilustración 62 Indicador de Manual de Marca Expocentro*

Fuente: (Urquia, 2021)

### **Manual Stationery CCIC**

(Véase Anexo 21 Formulario de Evaluación de Manual Stationery CCIC)

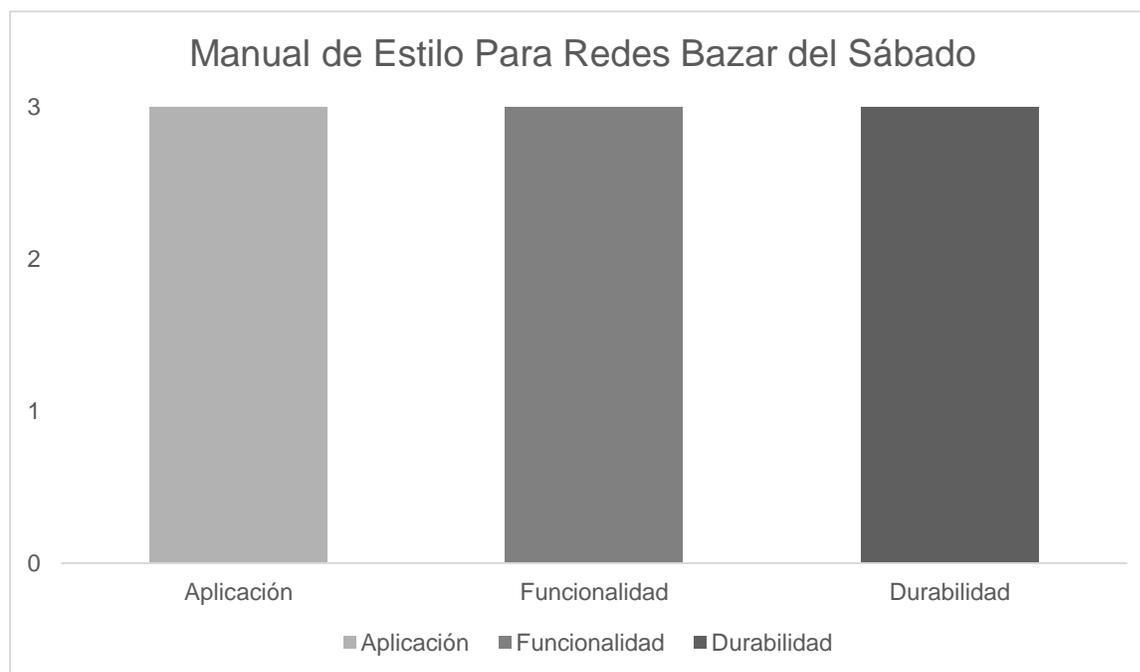


*Ilustración 63 Indicador de Manual Stationery CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

**Manual de Estilo**

(Véase Anexo 22 Formulario de Evaluación de Manual de Estilo Bazar del Sábado)



*Ilustración 64 Indicador de Manual de Estilo Bazar del Sabado*

Fuente: (Urquia, 2021)

---

# CA PÍ TU LO IV

---

Conclusiones,  
Recomendaciones  
y Reflexiones

## **Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones**

### **4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional**

- 4.1.1 Se lograron aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional para solventar el uso inadecuado de las marcas.
- 4.1.2 CCIC posee muchas debilidades en el área de diseño gráfico, siendo la carencia de manuales de marca de las empresas que maneja y su identidad corporativa sus principales debilidades, por lo cual se procedió a desarrollar en las últimas 4 semanas de la práctica profesional manuales de identidad de marca que aseguran el uso adecuado de las mismas.
- 4.1.3 Durante la práctica profesional el practicante logró diferenciar que tipo de contenido se debía contemplar para los principales canales de comunicación de CCIC y Bazar del Sábado correcta aplicación de identidad visual. Se desarrolló una línea gráfica acorde a su imagen corporativa para ambas empresas asegurando así el uso adecuado de las marcas.
- 4.1.4 El material proporcionado contiene la información necesaria para manejar de forma eficiente las marcas que conforman la CCIC asegurando mejorar la imagen de los canales de comunicación de las marcas.

## **4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica**

- 4.2.1 La práctica profesional me ayudo a visualizar el potencial de la carrera de diseño gráfico, ya que hay tantas áreas que cubre en una empresa, que involucra a otros departamentos, resolviendo problemas de comunicación gráfica para redes sociales u otros medios de comunicación de la marca.
- 4.2.2 La práctica profesional realizada en CCIC fue mi primera experiencia laborando de forma presencial, y fue una experiencia muy agradable, el entorno laboral es muy cómodo, seguro y el personal muy cálido y respetuoso.

## **4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros**

### **Practicantes**

- 4.3.1 Cámara de Comercio e Industrias de Cortés debe hacer uso de los manuales proporcionados para asegurar la correcta aplicación de sus marcas.
- 4.3.2 La Universidad UNITEC debería incluir más clases de proyectos que permitan llevar de la mano la teoría y su aplicación práctica.
- 4.3.3 A futuros licenciados en Diseño Gráfico se les recomienda que inviertan su tiempo y dinero en crecer y expandir sus conocimientos en diseño con cursos y diplomados en línea.

---

**BI  
BLIO  
GRA  
FÍA**

---

## Bibliografía

- Adverthia. (n.d.). Obtenido de <https://www.adverthia.com/servicios-marketing-digital/disenio-corporativo/>
- Archer, B. (1964). *El metodo sistematico para disenadores*. Revista Inglesa Design.
- Bazar del Sabado. (2021). *Bazar del Sabado Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/bazardelsabado/?hl=es>
- Bío-Bío, U. d. (2013). Etapas del proceso de diseño según Archer. *Ingeniare Revista Chilena*, 185-195.
- CCIC. (2021). *CCIC Honduras*. Obtenido de [ccichonduras.org](http://ccichonduras.org):  
<https://www.ccichonduras.org/website/>
- CCIC. (2021). *Organigrama Empresarial*. San Pedro Sula: Recursos Humanos.
- CCIC. (n.d.). *CCIC Honduras*. Obtenido de <https://www.ccichonduras.org/website/>
- CCIC, U. (2021). *CCIC Honduras*. Obtenido de <https://www.ccichonduras.org/website/>
- Content, Redator Rock. (2018). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/carrusel-de-instagram/>
- *Metodologia* . (2013-2021). Studylib.es.

---

**GLO  
SA  
RIO**

---

## Glosario

1. Carousel post: permite subir múltiples formatos en una misma publicación. También, se pueden combinar fotografías, vídeos, boomerangs, y GIFs, todo en el mismo post.  
(Content, Redator Rock, 2018)
2. Diseño corporativo: El Diseño Corporativo representa la identidad visual de una empresa, un elemento fundamental para definir la imagen, el estilo de comunicación y la personalidad de una marca. (Adverthia, s.f.)
3. Grid: es una cuadrícula o tipo de layout sobre la que se distribuyen los distintos elementos que componen la web. (Suratica, s.f.)
4. Layout: La palabra *layout* sirve para hacer referencia a la manera en que están distribuidos los elementos y las formas dentro de un diseño. Se traduce al español como 'disposición', 'plan' o 'diseño'. (Significados.com, s.f.)
5. Loop: es una palabra en inglés que se refiere a un proceso, sistema o estructura circular, la cual termina donde comienza y viceversa. (Significados.com, s.f.)
6. Manual Stationary: El manual de identidad corporativa es un documento empresarial en el que viene reflejada la identidad visual de una marca. (Peiró, Manual de identidad corporativa, 20218)
7. Mosaico: es un tipo de grid que incluye una fotografía y que ocupe una cantidad de publicaciones de 9 a 12, aproximadamente. (Maldonado, s.f.)
8. Identidad visual: es la construcción de varios elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca, sus valores y el posicionamiento en el mercado hacia su público. (Perez, 2020)

9. Imagotipo: Un imagotipo es una de las formas de representación gráfica de una marca. En este, el icono y el nombre de la marca forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual. (Significados.com, s.f.)
10. Isologo El isologo, también conocido como isologotipo, es un tipo de logo el cual consta de una imagen gráfica que incluye un texto (ambos agrupados bajo un mismo dibujo) y que sirve para identificar y representar a una marca. (Económica, 2020)
11. Isotipo: es la representación, el símbolo gráfico que tiene una marca determinada, y al verlo se relaciona directamente con ella. (Peiró, 2020)

—

**A**

**NE**

**XOS**

—

## Anexos

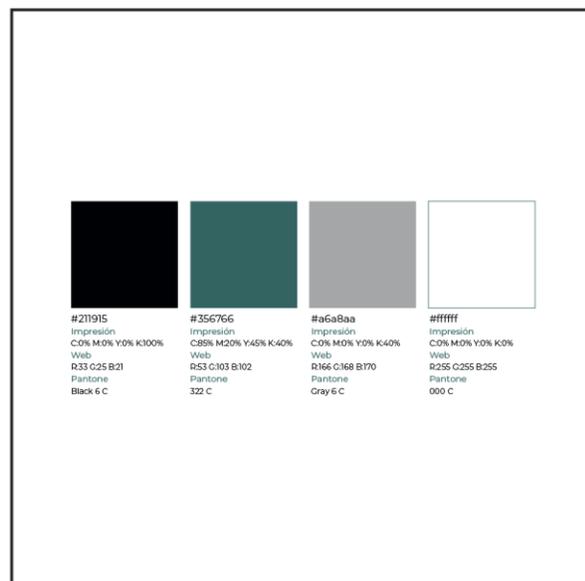
### Anexo 1 Paleta de colores Bazar del Sábado



Anexo 1 Paleta de colores Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

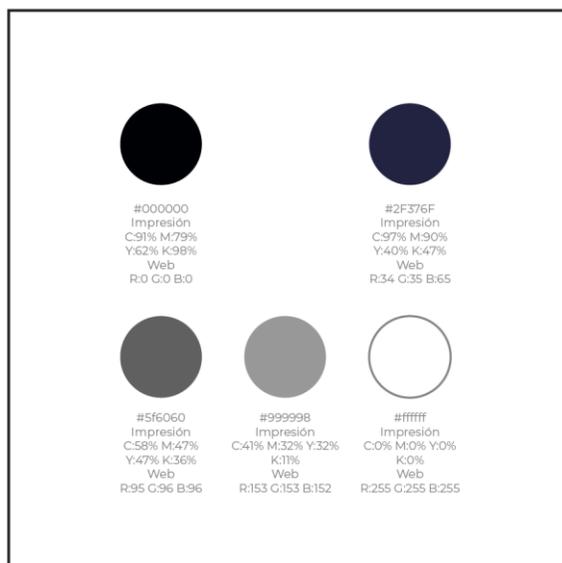
### Anexo 2 Paleta de colores CCIC



Anexo 2 Paleta de colores CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

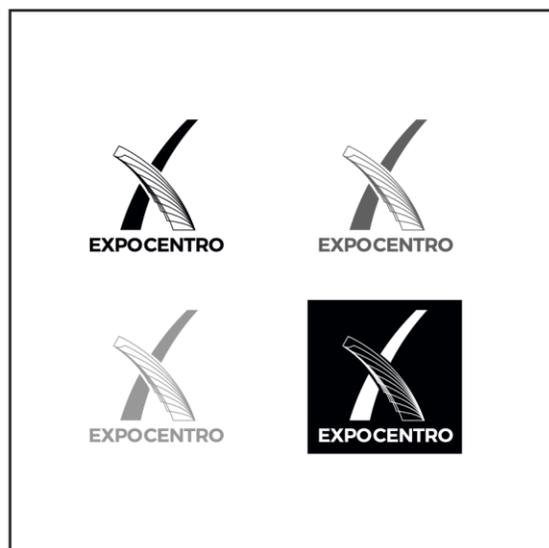
### Anexo 3 Paleta de colores Expocentro



*Anexo 3 Paleta de colores Expocentro*

Fuente: (Urquia, 2021)

### Anexo 4 Variaciones de color de logo Expocentro



*Anexo 4 Variaciones de color de logo Expocentro*

Fuente: (Urquia, 2021)

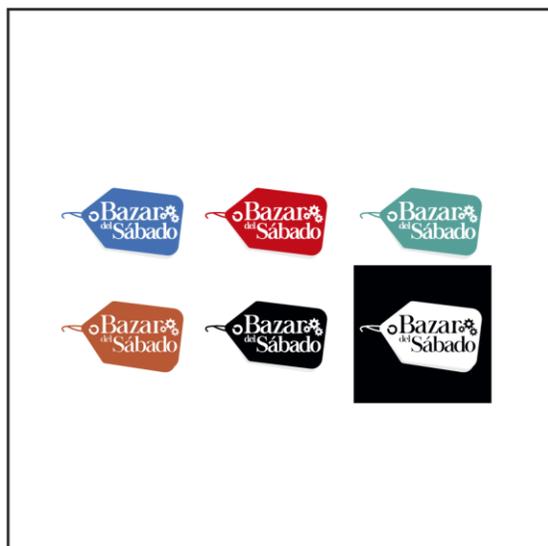
## Anexo 5 Variaciones de color de logo CCIC



*Anexo 5 Variaciones de color de logo CCIC*

Fuente: (Urquia, 2021)

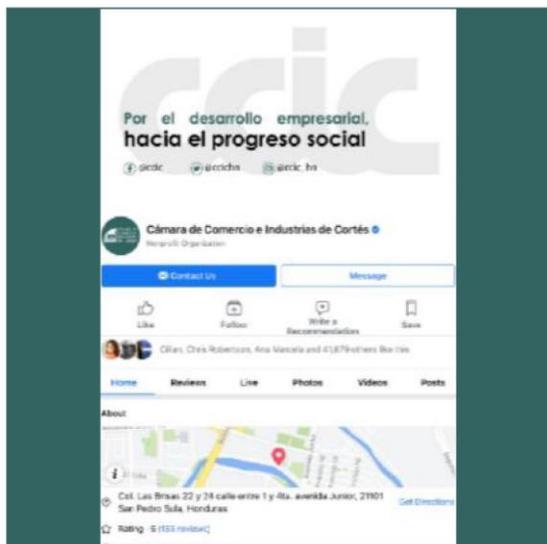
## Anexo 6 Variaciones de color de logo Bazar del Sábado



*Anexo 6 Variaciones de color lo Bazar del Sábado*

Fuente: (Urquia, 2021)

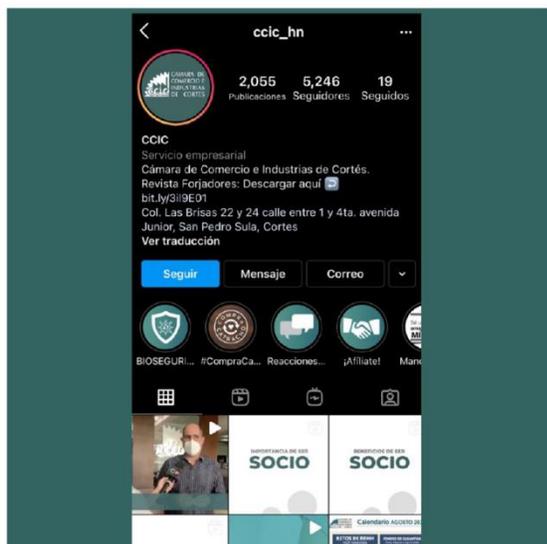
## Anexo 7 Perfil de Facebook de CCIC



Anexo 7 Perfil de Facebook CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

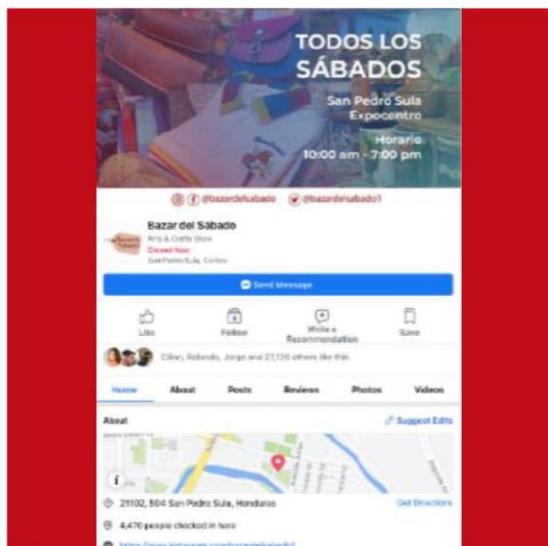
## Anexo 8 Perfil de Instagram CCIC



Anexo 8 Perfil de Instagram CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

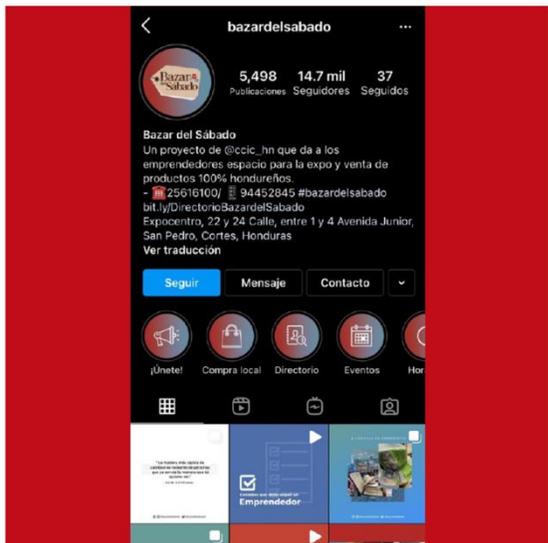
## Anexo 9 Perfil de Facebook de Bazar del Sábado



Anexo 9 Perfil Facebook Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 10 Perfil de Instagram de Bazar del Sábado



Anexo 10 Perfil Instagram Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

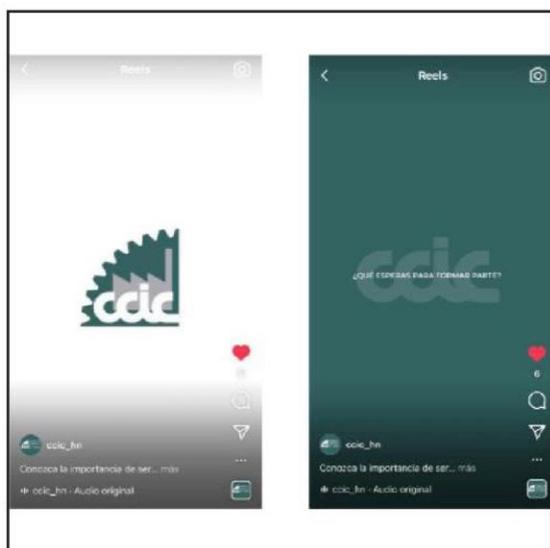
## Anexo 11 Layout para post de perfil de instagram de Bazar del Sábado



Anexo 11 Layout de contenido de Instagram de Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

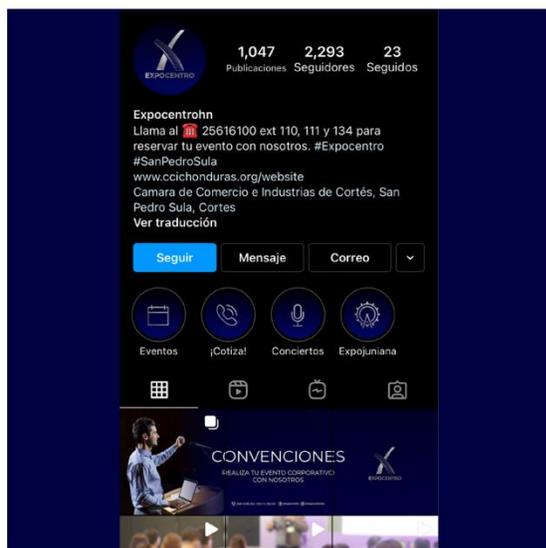
## Anexo 12 Reel informativo de Instagram CCIC



Anexo 12 Ejemplo de contenido reels informativos CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

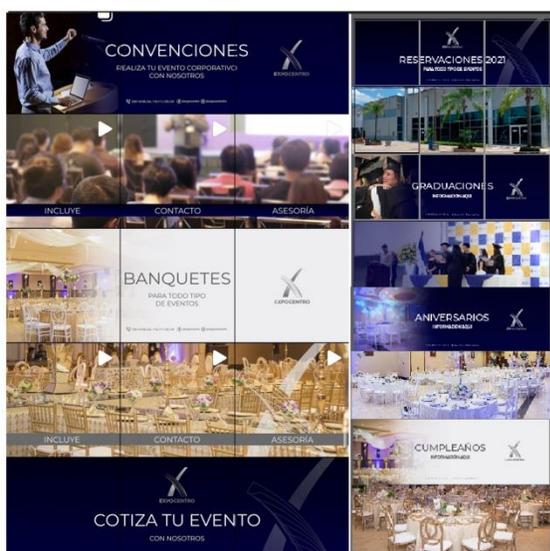
## Anexo 13 Perfil de Instagram de Expocentro



Anexo 13 Perfil de Instagram de Expocentro

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 14 Contenido de Instagram de Expocentro



Anexo 14 Layout de contenido de Instagram de Expocentro

Fuente: (Urquia, 2021)



## Anexo 16 Cotización con freelance

<p><b>Manual de Marca</b> Imagen Corporativa + Identidad Visual</p>	L. 4000.00
<p><b>Manual Stationary</b> Identidad Corporativa</p>	L. 7000.00
<p><b>Manual de Estilo</b> Linea Gráfica para redes</p>	L. 5000.00



Anexo 16 Cotización con freelance

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 17 Cotización con Agencia Creativa



<p><b>MOR DESIGN</b> AGENCIA CREATIVA BRANDING ESTRATÉGICO PARA MARCAS</p>	<p><b>MANUAL DE MARCA</b> \$200.00</p>
	<p><b>Manual Stationary</b> \$400.00</p>

Anexo 17 Cotización con Agencia Creativa

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 18 Formulario de Evaluación Manual de Marca CCIC



**Manual de Marca CCIC**  
Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto



CÁMARA DE  
COMERCIO E  
INDUSTRIAS  
DE CORTÉS

---

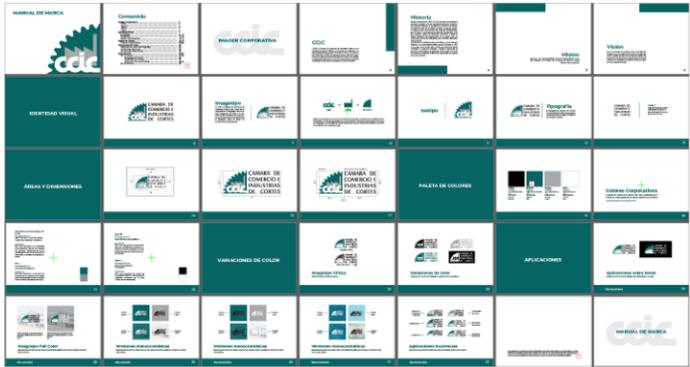
Sección 1 de 3

### Aplicación

Evaluación de Aplicación de Contenido

---

Manual de Marca CCIC



Sección 2 de 3

### Funcionalidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

---

¿El contenido cubre los aspectos generales de la marca como tipo de logo, paleta de color, variaciones de color, dimensiones de logo, aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas? \*

Sí

No

---

¿El formato del manual es funcional para el uso de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés? \*

Formato Digital

Sí

No

---

¿El manual puede transferirse a terceros para que hagan uso adecuado de la identidad de CCIC? \*

(Logotipo, paleta de colores, tipografía.)

Sí

No

---

¿El manual de marca CCIC le proporciona la información necesaria para hacer uso adecuado de la identidad visual? \*

Sí

No

---

¿El contenido es fácil de entender para aplicarlo en la identidad visual de la CCIC? \*

Sí

No

---

¿El manual de marca CCIC describe detalladamente las aplicaciones de uso? \*

Sí

No

Sección 3 de 3

### Durabilidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

---

¿La línea gráfica establecida en el manual garantiza durabilidad para representar la marca en los próximos años? \*

Estética y diseño coherente con la imagen que la CCIC desea transmitir

Sí

No

---

¿El manual garantiza el uso correcto de la identidad visual de CCIC permanentemente? \*

Sí

No

---

¿El formato del manual proporcionado permite que la CCIC tenga las especificaciones del uso de la marca permanentemente? \*

Formato Digital

Sí

No

Anexo 18 Formulario de Evaluación de Manual de Marca CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 19 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Expocentro



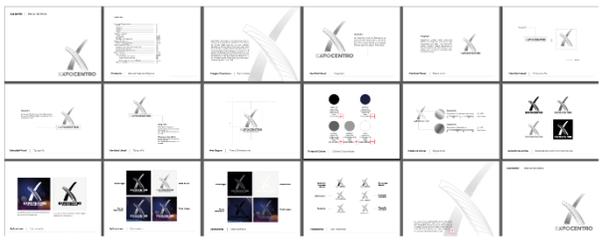
**Manual de Marca**  
Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Sección 1 de 3

### Aplicación

Evaluación de Aplicación de Contenido

**Manual de Marca Expocentro**



Sección 2 de 3

### Funcionalidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿El contenido cubre los aspectos generales de la marca como tipo de logo, paleta de color, variaciones de color, dimensiones de logo, aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas? \*

Si

No

¿El formato del manual es funcional para el uso de Expocentro? \*

Formato Digital

Si

No

¿El manual puede transferirse a terceros para que hagan uso adecuado de la identidad de Expocentro? \*

(Logotipo, paleta de colores, tipografía.)

Si

No

¿El manual de marca le proporciona la información necesaria para hacer uso adecuado de la identidad visual? \*

Si

No

¿El contenido es fácil de entender para aplicarlo en la identidad visual? \*

Si

No

¿El manual de marca describe detalladamente las aplicaciones de uso? \*

Si

No

Sección 3 de 3

### Durabilidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿La línea gráfica establecida en el manual garantiza durabilidad para representar la marca en los próximos años? \*

Estética y diseño coherente con la imagen que Expocentro desea transmitir

Si

No

¿El manual garantiza el uso correcto de la identidad visual de Expocentro permanentemente? \*

Si

No

¿El formato del manual proporcionado permite que Expocentro tenga las especificaciones del uso de la marca permanentemente? \*

Formato Digital

Si

No

Anexo 19 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Expocentro

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 20 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Bazar del Sábado



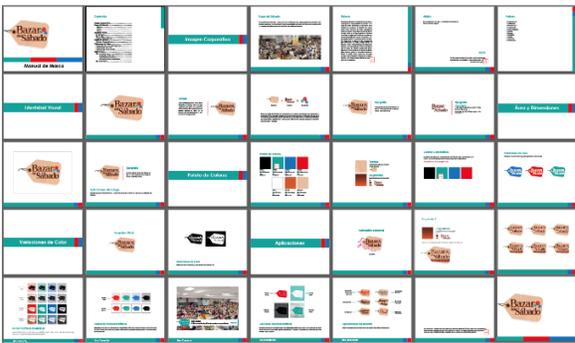
**Manual de Marca**  
Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Sección 1 de 3

### Aplicación

Evaluación de Aplicación de Contenido

Manual de Marca Bazar del Sábado



¿El manual de marca le proporciona la información necesaria para hacer uso adecuado de la identidad visual? \*

Sí

No

¿El contenido es fácil de entender para aplicarlo en la identidad visual? \*

Sí

No

¿El manual de marca describe detalladamente las aplicaciones de uso? \*

Sí

No

Sección 2 de 3

### Funcionalidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿El contenido cubre los aspectos generales de la marca como tipo de logo, paleta de color, variaciones de color, dimensiones de logo, aplicaciones correctas y aplicaciones incorrectas? \*

Sí

No

¿El formato del manual es funcional para el uso de Bazar del Sábado? \*

Formato Digital

Sí

No

¿El manual puede transferirse a terceros para que hagan uso adecuado de la identidad de Bazar del Sábado? \*

(Logotipo, paleta de colores, tipografía)

Sí

No

Sección 3 de 3

### Durabilidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿La línea gráfica establecida en el manual garantiza durabilidad para representar la marca en los próximos años? \*

Estética y diseño coherente con la imagen que Bazar del Sábado desea transmitir

Sí

No

¿El manual garantiza el uso correcto de la identidad visual de Bazar del Sábado permanentemente? \*

Sí

No

¿El formato del manual proporcionado permite que Bazar del Sábado tenga las especificaciones del uso de la marca permanentemente? \*

Formato Digital

Sí

No

Anexo 20 Formulario de Evaluación de Manual de Marca Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 21 Formulario de Evaluación de Manual Stationary CCIC





CÁMARA DE  
COMERCIO E  
INDUSTRIAS  
DE CORTÉS

**Manual Stationary**

Sección 1 de 3

### Aplicación

Evaluación de Aplicación de Contenido

Manual Stationary CCIC



¿El manual stationary le proporciona la información necesaria para hacer uso adecuado de la identidad visual en papelería corporativa, tarjetas de presentación y productos promocionales? \*

Sí

No

¿El contenido es fácil de entender para aplicarlo en la identidad corporativa de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés? \*

Sí

No

¿El manual stationary CCIC describe detalladamente las aplicaciones de uso? \*

Sí

No

Sección 2 de 3

### Funcionalidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿El contenido cubre los aspectos generales de la identidad corporativa de la marca como aplicaciones de variaciones de color de logo, paleta de color, dimensiones de logo, diagramación de elementos en los diferentes formatos? \*

Sí

No

¿El formato del manual es funcional para el uso de la Cámara de Comercio de Industrias de Cortés? \*

Formato Digital

Sí

No

¿La línea gráfica propuesta en el manual para la identidad corporativa es coherente con la imagen de la CCIC? \*

Estética y diseño coherente con la imagen corporativa de la empresa

Sí

No

Sección 3 de 3

### Durabilidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿La línea gráfica establecida en el manual garantiza durabilidad para representar la marca en los próximos años? \*

Estética y diseño coherente con la imagen corporativa.

Sí

No

¿El manual garantiza el uso correcto de la identidad corporativa de CCIC permanentemente? \*

Sí

No

¿El formato del manual proporcionado permite que la CCIC tenga las especificaciones de la aplicación correcta de la identidad corporativa permanentemente? \*

Formato Digital

Sí

No

Anexo 21 Formulario de Evaluación de Manual Stationery CCIC

Fuente: (Urquia, 2021)

## Anexo 22 Formulario de Evaluación de Manual de Estilo Bazar del Sábado



# BAZAR DEL SÁBADO

**Manual de Estilo Para Redes**  
 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Sección 1 de 3

## Aplicación

Evaluación de Aplicación de Contenido

Manual de Estilo para redes Bazar del Sábado



¿El manual le proporciona la información necesaria para hacer uso adecuado de la identidad visual en el perfil de redes de Bazar del Sábado?

Sí

No

¿El contenido es fácil de entender para aplicarlo en las redes sociales del Bazar? \*

Sí

No

¿El contenido para las redes propuesto en el manual es coherente con la imagen que Bazar del Sábado desea transmitir? \*

Sí

No

Sección 2 de 3

## Funcionalidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿El contenido cubre los aspectos generales de las plantillas ,formatos, diagramación, tipografía, paleta de color, fondos? \*

Sí

No

¿El formato del manual es funcional para el uso de Bazar del Sábado? \*

Formato Digital

Sí

No

¿Considera que la información expuesta en el manual es suficiente para hacer uso de las plantillas? \*

Plantillas desarrolladas en Software Canva

Sí

No

Sección 3 de 3

## Durabilidad

Evaluación de Funcionalidad del Manual

¿La línea gráfica establecida en el manual garantiza durabilidad para representar la marca en los próximos años? \*

Estética y diseño coherente con la imagen que Bazar del Sábado desea transmitir

Sí

No

¿El manual garantiza el uso correcto de la identidad visual de Bazar del Sábado permanentemente? \*

Sí

No

¿El formato del manual proporcionado permite que Bazar del Sábado tenga las especificaciones del uso de la marca en redes sociales permanentemente? \*

Formato Digital

Sí

No

Anexo 22 Formulario de Evaluación de Manual de Estilo Bazar del Sábado

Fuente: (Urquia, 2021)



Escuela de  
Arte & Diseño



| unitec<sup>®</sup>