



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CHOLOMA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

21611273 KEVIN DAREL GONZÁLEZ LAFFITEAU

ASESOR: LIC. GREACY GUADALUPE PINEDA DELGADO

CAMPUS SAN PEDRO SULA

JULIO, 2020

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es un informe de Proyecto de Graduación elaborado en un periodo de 10 semanas y solicitado por la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) como requisito para la graduación del estudiante de la carrera de Diseño Gráfico.

El proyecto plantea como objetivo la colaboración del estudiante en la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma (CCICH) con los equipos de trabajo específicamente en las áreas de Técnico Integración al Socio, Recursos Humanos, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales estrictamente en actividades relacionadas con el diseño gráfico.

La CCICH es una organización empresarial hondureña sin fines de lucro, constituida el 10 de enero de 1992, con la misión de representar y defender los intereses del sector empresarial promoviendo la asociatividad, competitividad e inversión para el desarrollo del Municipio de Choloma.

La ejecución del Proyecto de Graduación permite al estudiante implementar sus conocimientos, actitudes y habilidades adquiridas a lo largo de su etapa universitaria. Además del proyecto, se realiza un informe de proyecto en el cual se explica la investigación elaborada y el proceso de actividades detalladas en la organización.

Para la satisfacción de necesidades que presenta la CCICH, se estimó la realización de varias actividades para el desarrollo del proyecto. Para el área de Recursos Humanos se incluye el rediseño de los manuales de Inducción, Bioseguridad y el Código de Vestimenta, necesarios para empleados, socios y nuevos colaboradores. El área de Técnico Integración al Socio incluye la creación de afiches publicitarios y plantillas para comunicados internos y boletines informativos de los meses de mayo, junio y julio. Para las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales, se incluye la creación de videos publicitarios.

Se estima que el estudiante amplíe sus conocimientos, actitudes y habilidades en las áreas de diseño editorial, diseño publicitario, diseño de identidad corporativa y diseño multimedia durante el periodo de proyecto de graduación con el propósito de desarrollar un alto nivel creativo y en el entorno profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
2.1. ANTECEDENTES.....	5
2.1.1. MANUAL ADMINISTRATIVO	5
2.1.2. DISEÑO EDITORIAL.....	8
2.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA/DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	9
2.2.1. REDISEÑO DE MANUAL DE INDUCCIÓN, CÓDIGO DE VESTIMENTA Y MANUAL DE BIOSEGURIDAD ...	9
2.2.2. FALTA DE DISEÑO EDITORIAL ATRACTIVO.....	9
2.3. JUSTIFICACIÓN.....	10
III. OBJETIVOS	11
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
IV. MARCO TEÓRICO	12
4.1. INVESTIGACIÓN CONTEXTUAL.....	12
4.1.1. CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CHOLOMA.....	12
4.1.2. MISIÓN.....	12
4.1.3. VISIÓN	13
4.1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	13
4.1.5. UBICACIÓN.....	14
4.1.6. SERVICIOS QUE OFRECE.....	15
4.1.7. VALORES.....	16

4.1.8.	POLÍTICA DE CALIDAD.....	16
4.1.9.	CCICH HACIA LA EXCELENCIA	16
4.2.	DISEÑO GRÁFICO	17
4.2.1.	EL COLOR.....	17
4.2.2.	PSICOLOGÍA DEL COLOR.....	20
4.2.3.	LA TIPOGRAFÍA	25
4.2.4.	IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.....	28
4.3.	DISEÑO EDITORIAL.....	29
4.3.1.	MAQUETACIÓN	30
4.3.2.	FORMATOS EDITORIALES.....	31
4.4.	DISEÑO MULTIMEDIA	34
4.4.1.	TEXTO	34
4.4.2.	SONIDO	35
4.4.3.	FOTOGRAFÍA	36
4.4.4.	VIDEO	37
4.5.	CÁMARAS DE COMERCIO EN HONDURAS	38
4.5.1.	RESEÑA HISTÓRICA.....	38
4.6.	CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	40
V.	METODOLOGÍA	42
5.1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	42
5.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN	42
5.3.	CRONOLOGÍA DE TRABAJO.....	43
VI.	DESCRIPCIÓN DE DESARROLLADO.....	49
6.1.	SEMANA 1	49

6.2.	SEMANA 2	50
6.3.	SEMANA 3	50
6.4.	SEMANA 4	52
6.5.	SEMANA 5	54
6.6.	SEMANA 6	56
6.7.	SEMANA 7	57
6.8.	SEMANA 8	61
6.9.	SEMANA 9	66
6.10.	SEMANA 10	68
VII.	PROPUESTAS DE MEJORA	74
7.1.	ACTUALIZACIÓN DE DISPOSITIVO DE IMPRESIÓN Y DOCUMENTOS IMPRESOS.....	74
7.2.	CAPACITACIÓN A MIEMBROS DE LA CCICH SOBRE CONSEJOS PARA UNA BUENA MAQUETACIÓN/DIAGRAMACIÓN DE ELEMENTOS.....	79
VIII.	CONCLUSIONES	84
IX.	APLICABILIDAD	85
9.1.	COSTOS Y PRECIOS	85
X.	RECOMENDACIONES	88

10.1. RECOMENDACIONES A LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CHOLOMA	88
10.2. RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD	88
10.3. RECOMENDACIONES A LOS ALUMNOS	89

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa de Proceso CCICH	5
Ilustración 2. Portada Código de Vestimenta	6
Ilustración 3. Antecedentes Manual de Bioseguridad	7
Ilustración 4. Boletín Informativo octubre 2019	8
Ilustración 5. Organigrama de Estructura Organizacional	13
Ilustración 6. Ubicación geográfica de la CCICH	14
Ilustración 7. Ejemplificación del sistema aditivo	18
Ilustración 8. Ejemplificación del sistema sustractivo	19
Ilustración 9. Ejemplificación del color rojo	20
Ilustración 10. Ejemplificación del color naranja	21
Ilustración 11. Ejemplificación del color amarillo	22
Ilustración 12. Ejemplificación del color rosa	23
Ilustración 13. Ejemplificación del color verde	23
Ilustración 14. Ejemplificación del color azul	24
Ilustración 15. Ejemplificación de escritura cuneiforme	25
Ilustración 16. Ejemplificación de tipografía romana	26
Ilustración 17. Ejemplificación de tipografía palo seco	27
Ilustración 18. Ejemplificación de identidad corporativa Coca Cola	29
Ilustración 19. Vista desde el programa InDesign	31
Ilustración 20. Ejemplificación de revista digital	32
Ilustración 21. Ejemplificación de periódico digital	33
Ilustración 22. Ejemplificación de libro digital	33

Ilustración 23. Ejemplificación de texto multimedia	35
Ilustración 24. Fotografía digital	36
Ilustración 25. Video multimedia	37
Ilustración 26. Vista de sitio web de la CCIT	40
Ilustración 27. Vista de sitio web de la ICC	41
Ilustración 28. Videoconferencia de inducción con RR. HH.	49
Ilustración 29. Portada Manual de Inducción	51
Ilustración 30. Página principal de Boletín Informativo	52
Ilustración 31. Página 3 Código de Vestimenta	53
Ilustración 32. Afiche día del periodista	54
Ilustración 33. Comunicado interno	55
Ilustración 34. Página 12 Manual de Bioseguridad	56
Ilustración 35. Videoconferencia con la Lic. Belinda Robelo	57
Ilustración 36. Videoconferencia con equipos de trabajo	58
Ilustración 37. Storyboard Núcleos	59
Ilustración 38. Storyboard Ruta Pyme	59
Ilustración 39. Videoconferencia con la Lic. Wendy Barahona	60
Ilustración 40. Reproducción de video Ruta Pyme	61
Ilustración 41. Reproducción de video Núcleos	62
Ilustración 42. Videoconferencia con la licencia López	63
Ilustración 43. Afiche de Registro parte frontal	64
Ilustración 44. Afiche de Registro parte trasera	65
Ilustración 45. Afiche de Afiliación parte frontal	66

Ilustración 46. Afiche de Afiliación parte trasera	67
Ilustración 47. Portada Manual de trabajo con Núcleos para el consejero	68
Ilustración 48. Portada Manual de trabajo con Núcleos para el consejero	69
Ilustración 49. Plantilla de bienvenida a nuevos socios	70
Ilustración 50. Plantilla para capacitaciones	71
Ilustración 51. Plantilla de socios que están prestando el servicio de entregas a domicilio	72
Ilustración 52. Página 8 del Código de Conducta y Ética Empresarial	73
Ilustración 53. Afiche de impresión actual de Registro a la CCICH	74
Ilustración 54. Certificado impreso de la CCICH	75
Ilustración 55. Afiche de Afiliación a la CCICH	76
Ilustración 56. Impresora multifuncional y su precio	77
Ilustración 57. Papelería de alta calidad y su precio parte 1	78
Ilustración 58. Papelería de alta calidad y su precio parte 2	78
Ilustración 59. Fórmula para establecer el tamaño ideal del texto	80
Ilustración 60. Fórmula para establecer el número de columnas	80
Ilustración 61. Artículo 156 de los Derechos de Propiedad Intelectual	81
Ilustración 62. Planes y precios de Creative Cloude	82
Ilustración 63. Capacitación por medio de Zoom	83
Ilustración 64. Cotización de Global Dreams parte 1	86
Ilustración 65. Cotización de Global Dreams parte 2	87

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Cronología del desarrollo de proyecto semana 1	43
Tabla 2. Cronología del desarrollo de proyecto semana 2	44
Tabla 3. Cronología del desarrollo de proyecto semana 3	44
Tabla 4. Cronología del desarrollo de proyecto semana 4	44
Tabla 5. Cronología del desarrollo de proyecto semana 5	45
Tabla 6. Cronología del desarrollo de proyecto semana 6	45
Tabla 7. Cronología del desarrollo de proyecto semana 7	46
Tabla 8. Cronología del desarrollo de proyecto semana 8	47
Tabla 9. Cronología del desarrollo de proyecto semana 9	47
Tabla 10. Cronología del desarrollo de proyecto semana 10	48
Tabla 11. Conversión de Euros a Lempiras de los planes y precios de Creative Cloude	82

GLOSARIO

DISEÑO GRÁFICO: Disciplina académica, profesión o actividad artística que consiste en la producción y proyección de objetos visuales con el propósito de comunicar un mensaje.

DISEÑO EDITORIAL: Esta rama del diseño gráfico se encarga de la maquetación y composición de todo tipo de publicaciones: libros, revistas, periódicos, etc.

PIXEL: Superficie homogénea más pequeña en color que forma parte de una imagen.

LÍNEA GRÁFICA: Conjunto de características gráficas definidas que representan la identidad visual de una empresa.

BOCETO: Trazo de líneas que se realizan previamente a la obra definitiva

LOGOTIPO: Palabra más usada para definir la representación gráfica de una marca, pero en realidad es solo cuando se utiliza tipografía, composiciones de palabras.

QUARK XPRESS: Es un programa de autoedición para ordenadores macOS y Windows, y uno de los programas preferidos por los diseñadores de revistas, libros y publicaciones en general.

ADOBE PAGEMARKER: Es una aplicación informática de composición de páginas, excelente herramienta de maquetación para publicaciones.

ADOBE INDESIGN: Es un programa informático utilizado para el diseño de documentos que eventualmente se imprimen de manera estándar o se desean visualizar en línea. Se utiliza para paginar periódicos, revistas y otros materiales de publicación.

MICROSOFT PUBLISHER: Es una aplicación de autoedición de Microsoft. Es considerado como un programa para principiantes gracias a su fácil uso en el diseño y la maquetación de páginas.

COREL VENTURA: Es un sofisticado programa de autoedición para Windows destacado por sus capacidades de paginación a plena escala para documentos extensos.

SCRIBUS: Es un software para la maquetación de página, ofreciendo un gran rendimiento para la creación de publicaciones mediante computadoras y puede ser usado por cualquiera sin tener que adquirir una licencia.

PDF: Sus siglas en inglés Portable Document Format. Es un formato de almacenamiento para documentos digitales,

RGB: Es la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz. Sus siglas en inglés Red, Green, Blue.

CMYK: Es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. Sus siglas en inglés Cyan, Magenta, Yellow, Black.

GPS: En inglés, Global Positioning System, el Sistema de Posicionamiento Global es un sistema que permite determinar en toda la Tierra la posición de cualquier objeto con una precisión de hasta centímetro.

SCG: El Sistema de Gestión de Calidad es el conjunto de actividades ordenadas y coordinadas que permiten ofrecer productos o servicios de calidad para a satisfacción de los clientes.

MARKETING: Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro.

SITIO WEB: Conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

PÁGINA WEB: es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web.

TRÁFICO WEB: El tráfico web es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web. Esta es una gran proporción del tráfico de internet. El tráfico web es determinado por el número de visitantes y de páginas que visitan.

FAMILIA TIPOGRÁFICA: Conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones tales, como el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia tipográfica se parecen entre sí, pero tienen rasgos propios.

CULTURA CORPORATIVA: Conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización". Transmiten a los empleados un sentimiento de identidad que facilita la cohesión entre todos los miembros de la compañía.

DIAGRAMAR: Diseñar y realizar la maqueta de una revista, libro o periódico.

STORYBOARD: Conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, para previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

ADOBE CREATIVE CLOUD: Es un servicio de Adobe Systems que da a los usuarios acceso a los softwares de diseño gráfico, edición de video, diseño web y servicios en la nube.

PIRATERÍA: Consiste en falsificar un producto, comercializando copias ilegales. También puede tratarse de la comercialización (o difusión) no permitida de obras intelectuales, como películas, discos de música, etc.

I. INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico es una disciplina que aparece en muchos ámbitos como ser el sector de la publicidad, internet, industria editorial, entre otros y tiene como finalidad satisfacer las necesidades de comunicación visual de una organización.

El diseñador gráfico se encarga de idealizar y elaborar artes gráficas y materiales visuales para comunicar adecuadamente la información contenida en libros, revistas, publicidad, películas, empaques, afiches, logos, anuncios y medios digitales.

Previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño Gráfico, la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), en su plan de estudio, tiene como requisito ejecutar el proyecto de graduación. Dicho proyecto tiene como objetivo aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria en determinada organización, de este modo se convierte en un enlace entre la vida académica y la vida profesional.

El presente informe describe el desarrollo de las actividades a realizar en el transcurso del periodo de proyecto de graduación en la empresa Cámara de Comercio e Industrias de Choloma (CCICH), además, expondrá cada uno de los apartados iniciando desde el planteamiento del problema hasta finalizar con las recomendaciones de parte del estudiante.

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma presenta la necesidad de mejora y generación de un contenido gráfico más fresco y llamativo para obtener una imagen visualmente atractiva de la organización; por medio de ideas creativas y originales satisfacer las necesidades de la misma.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. MANUAL ADMINISTRATIVO

Los manuales son un instrumento de mucha importancia en la administración de una empresa, debido a que contienen información ordenada y sistematizada, esto permite orientar y capacitar a los nuevos talentos que ingresan a las organizaciones. En los manuales se observa información relacionada a las normas y procesos que deben cumplirse dentro de una organización y así alcanzar los objetivos que se plantean.

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma dispone de un Manual de Inducción, un Código de Vestimenta y un Manual de Bioseguridad. El Manual de Inducción posee una aplicación errónea del concepto visual que impide una imagen visual atractiva. En cuanto a la línea gráfica, esta no se encuentra definida, es decir, no representa la identidad visual de la empresa. La calidad de imagen del imago tipo y mapas de la organización es baja y se observa pixelada. También se observa que no mantiene simetría en ciertos elementos como la tipografía y los organigramas.



Ilustración 1. Mapa de Proceso CCICH

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

El Código de Vestimenta de CCICH se encuentra ubicado en un documento PDF en conjunto con el Manual de Inducción, esto genera una confusión a los nuevos empleados, restándole importancia a dicho documento por su extensa cantidad de páginas de información. Al igual que el Manual de Inducción, el Código de Vestimenta no tiene una línea gráfica definida. Además, la maquetación y composición de los elementos se encuentra desordenada, no existe una secuencia clara de los textos e imágenes establecidas.

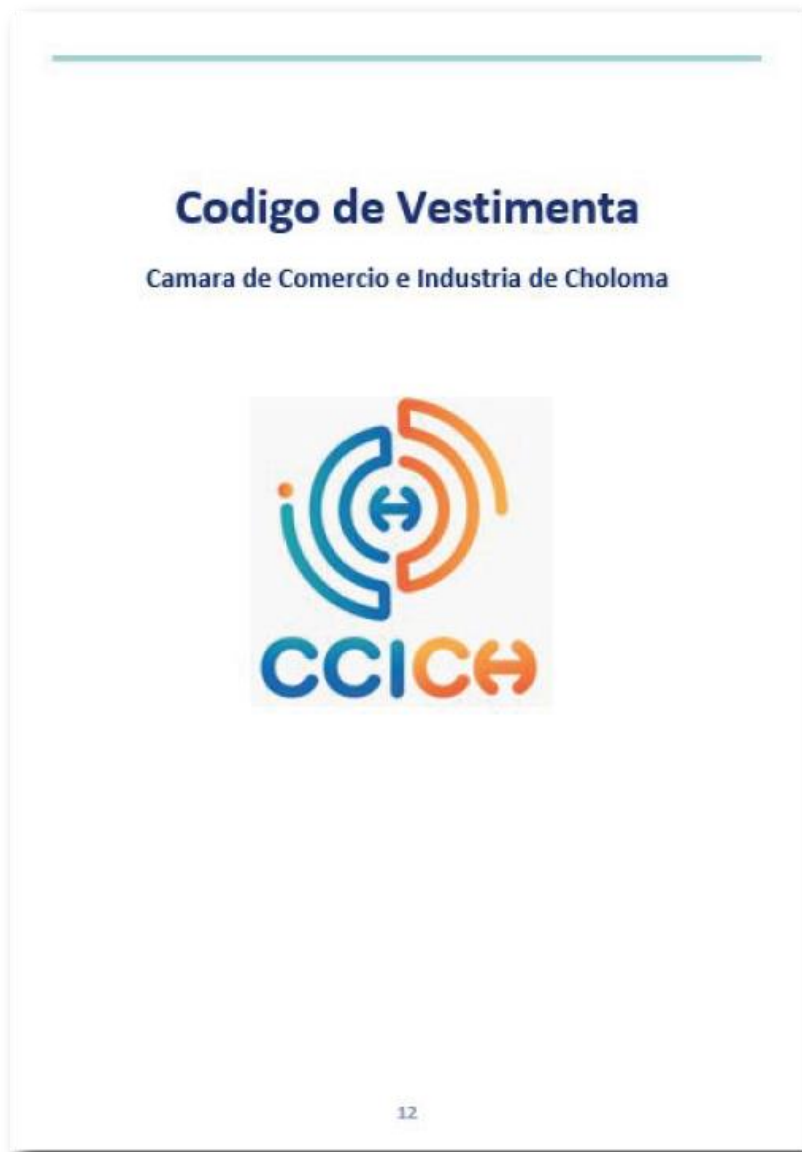


Ilustración 2. Portada Código de Vestimenta

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

El Manual de Bioseguridad de CCICH se encuentra ubicado en un documento de Microsoft Word. Dicho manual posee una extensa cantidad de texto y los titulares no se distinguen del resto del cuerpo de contenido. Esto genera que la visualización del contenido sea aburrida y los empleados no le tomen la importancia debida. Al igual que el Manual de Inducción y el Código de Vestimenta, el Manual de Bioseguridad no tiene una línea gráfica definida.



Ilustración 3. Antecedentes Manual de Bioseguridad

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

2.1.2. DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es una de las ramas más importantes del diseño gráfico porque se especializa en la estética de textos como por ejemplo en publicaciones de libros, portadas, revistas, periódicos, afiches, brochures, catálogos, etc. Tiene como objetivo la creación de piezas de difusión enmarcadas en una clara identidad tipográfica.

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma realiza publicaciones de boletines informativos, comunicados, afiches, entre otros. Mensualmente se publican boletines informativos, estas publicaciones poseen una aplicación errónea al momento de organizar en un espacio contenidos escritos o visuales. Tal es el caso de la ausencia de descripción de las fotografías o pie de foto. También se observan fondos que permiten que el texto sea ilegible.



Ilustración 4. Boletín Informativo octubre 2019 CCICH

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2019)

2.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA/DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

2.2.1 REDISEÑO DE MANUAL DE INDUCCIÓN, CÓDIGO DE VESTIMENTA Y MANUAL DE BIOSEGURIDAD

En muchas organizaciones, por distintos y diversos motivos, se ejerce la iniciativa de proceder a realizar un rediseño de las mismas, concretamente de lo que es su marca corporativa y su imagen.

El área de Recursos Humanos de la empresa Cámara de Comercio e Industrias de Choloma a través del Manual de Inducción, Código de Vestimenta y Manual de Bioseguridad, carece de una imagen visual atractiva. Partiendo del ejemplo de la ilustración 2 se puede observar que la calidad de imagen del imago tipo es baja, también posee un fondo alternativo poco atractivo que no tiene relación con los colores corporativos de la organización. Además, el diseño de la portada es poco llamativo por la falta de composición, maquetación y colores.

Esto provoca que los nuevos integrantes no tengan una adecuada comprensión del plan general y de sus obligaciones en la empresa.

2.2.2 FALTA DE DISEÑO EDITORIAL ATRACTIVO

Hoy en día, las organizaciones actualizan constantemente sus boletines informativos para llamar la atención del lector, involucrar su mente y enfocarla en algo concreto.

Las áreas de Recursos Humanos, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales y especialmente Técnico e Integración al Socio a través de los boletines informativos, carece de un diseño editorial atractivo. Partiendo del ejemplo de la ilustración 3 se puede observar que las fotografías no tienen un pie de foto o descripción de las mismas. Los textos con colores de fondo, en muchas ocasiones permite que el lector no los pueda ver claramente y pierda interés en los demás elementos informativos.

2.3. JUSTIFICACIÓN

Mediante el análisis detallado de los problemas que existen en la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, para el área de Recursos Humanos, se planteó rediseñar el manual de Inducción, Código de Vestimenta y Manual de Bioseguridad. Cada nuevo integrante de la empresa tendrá una mejor comunicación gráfica de aspectos importantes como la Reseña Histórica, Servicios que ofrece, Misión, Visión, Valores, etc. También una presentación sincronizada de aspectos que intervienen en la apariencia personal, representando las prendas apropiadas e inapropiadas de una manera más llamativa.

El rediseño de dichos manuales ayudará a modernizarse y a adaptarse a los tiempos. Esto es un beneficio especialmente relevante en el caso de organizaciones que llevan funcionando mucho tiempo. Además, es una buena manera de ganar atractivo y fresca, lo que contribuirá a adquirir una buena percepción de los nuevos integrantes.

Para el área de Técnico Integración al Socio, se planteó la creación de plantillas para boletines informativos de los meses de mayo, junio y julio. Los integrantes de dicha área tendrán un espacio considerable y adecuado para rellenar cada plantilla con elementos importante como el titular, cuerpo de texto, pie de foto, fotografía e ilustración, logotipo y espacios en blanco. La creación de plantillas facilitará la diagramación de los elementos.

III. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar artes gráficas y materiales visuales para comunicar de manera efectiva la información contenida de las áreas de Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme, Núcleos Sectoriales y Recursos Humanos de la empresa Cámara de Comercio e Industrias de Choloma.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar materiales gráficos para las áreas de Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme, Núcleos Sectoriales y Recursos Humanos con el fin de generar una buena percepción de comunicación gráfica de la organización.
- Proponer un mejor desarrollo en la comunicación visual de las áreas de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma durante las 10 semanas de duración del proyecto.
- Capacitar a los miembros de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma en técnicas, conocimientos y manejo de herramientas básicas de diseño gráfico para un manejo adecuado en la línea gráfica de la organización.

IV. MARCO TEÓRICO

4.1. INVESTIGACIÓN CONTEXTUAL

4.1.1. CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CHOLOMA

A raíz de la llegada de la industria maquiladora al Municipio de Choloma, en 1989, un grupo de empresarios y comerciantes locales, liderados por el Ing. Reginaldo Sheran, llenos de optimismo y perseverancia e imaginándose el potencial y las oportunidades de negocios que generaría para Choloma la llegada de esta importante industria; en 1990, se dieron los primeros pasos para constituir la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma CCICH.

La organización quedó formalmente constituida el 10 enero de 1992 con una membresía de 30 socios. Posteriormente legalizó su estatus obteniendo su Personería Jurídica, el 21 de noviembre de 1994, misma que fue publicada en el diario oficial La Gaceta el 6 de mayo de 1995.

En 1993 la Junta Directiva decidió iniciar con la contratación del personal permanente, dándosele forma a una estructura operativa integrada por un gerente, una secretaria-contadora y un conserje, encargados de transformar en acciones los acuerdos y resoluciones de la Asamblea y Junta Directiva e identificar campo de acción y las necesidades de los empresarios.

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma (CCICH) es una organización empresarial hondureña sin fines de lucro. Gracias al apoyo de sus afiliados, la preferencia de sus clientes, la guía de sus directivos, la confianza de organizaciones nacionales e internacionales y el aporte de sus colaboradores, es hoy una organización que ha alcanzado un importante crecimiento y contribuye con el desarrollo de nuestro municipio.

Para el 2020 la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma cuenta con nuevos servicios, nuevas Alianzas estratégicas, y con un plantel de 17 profesionales capacitados para el desarrollo y capacitación del municipio de Choloma.

4.1.2. MISIÓN

Representar y defender los intereses del sector empresarial promoviendo la asociatividad, competitividad e inversión para el desarrollo del municipio de Choloma.

4.1.3. VISIÓN

Ser una organización auto sostenible con amplia representatividad y servicios de excelencia al gremio empresarial, contribuyendo al desarrollo económico y social del municipio de Choloma.

4.1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

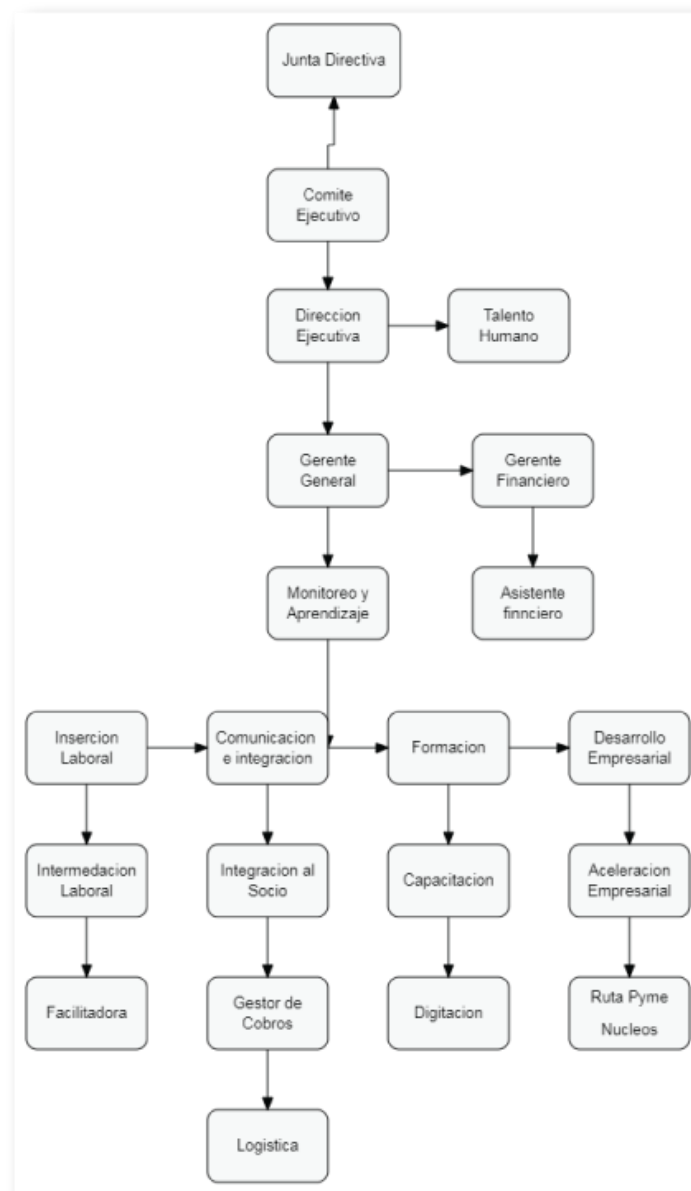


Ilustración 5. Organigrama de Estructura Organizacional

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

4.1.5. UBICACIÓN

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma se encuentra ubicada en el Municipio de Choloma departamento de Cortés a unos 45 kilómetros al sur de Puerto Cortes.

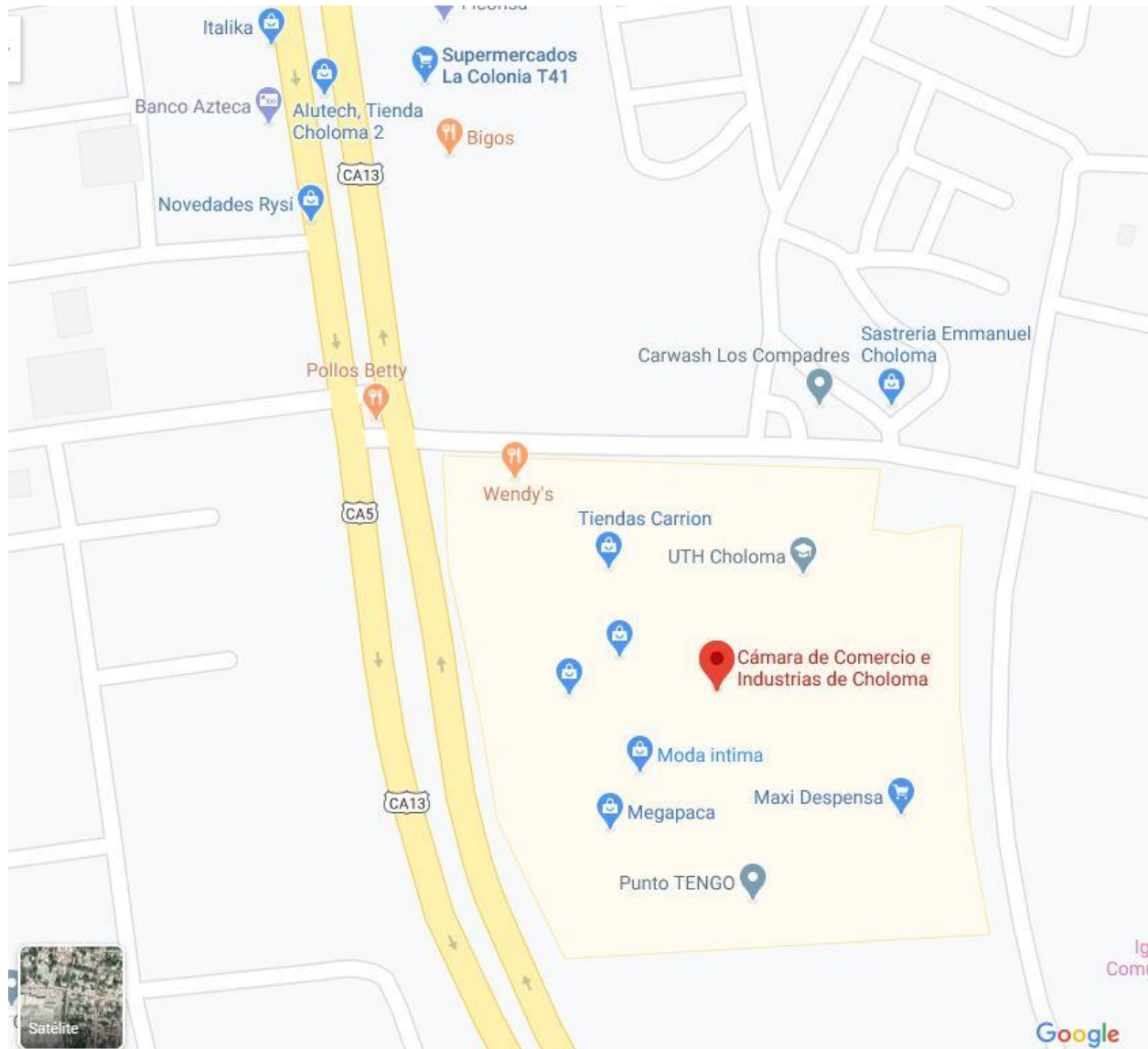


Ilustración 6. Ubicación geográfica de la CCICH

Fuente: (Google Maps, 2020)

4.1.6. SERVICIOS QUE OFRECE

Servicio Ambiental: Vinculado con consultorías y organizaciones especializadas en el tema ambiental.

Bolsa de Empleo: Ofrecen servicios de intermediación laboral, jornadas de reclutamiento, talleres de orientación laboral y ferias de empleo.

Servicio Contable: Vinculado con profesionales del área contable para el manejo administrativo y financiero de otras empresas.

Rueda de Negocios: Ayudando a incrementa las ventas, participando en Ruedas de Negocios para identificar potenciales clientes a nivel nacional e internacional.

Expo ferias: Invitan a participar en eventos feriales para dar a conocer negocios externos y vincularlos con clientes potenciales compradores.

Diagnósticos Empresariales: Ofrecen servicios gratuitos y realizan un análisis de empresas externas para determinar sus fortalezas y potenciales de mejora.

Servicio Fiscal: Brindan asesoría para cumplir con todas las obligaciones tributarias y fiscales.

Certificados y Constancias: Brindan el formulario Certificado de Origen para que las empresas documenten sus exportaciones. Además, emiten Constancia de Registro a la Cámara y Solvencia de afiliado a CCICH para participación en licitaciones públicas, privadas y otros trámites.

Asesoría Laboral: Brindan asesoría laboral básica para gestionar adecuadamente el recurso humano de las empresas.

Asesoría Legal: Brindan asesoría legal básica para constitución de empresas, licencias ambientales y registro sanitario.

Vinculación con la Academia: Gracias a convenios suscritos con diferentes universidades, apoyan gratuitamente en la realización de diferentes estudios e investigaciones según la dinámica de la empresa.

Microcrédito: Otorgan financiamiento para el desarrollo de empresas en condiciones favorables y a tasas muy competitivas.

Planeación Estratégica: Apoyan para el desarrollo y construcción de planes estratégicos y planes de negocios de las empresas.

Capacitaciones Empresariales: Apoyan para mejorar la administración de negocios a través de capacitaciones administrativas y técnicas.

Capacitaciones en Competencias Laborales Básicas: Forman a sus colaboradores en competencias básicas, como ser matemáticas aplicada, comprensión de lectura y búsqueda de información.

Emprendimiento Juvenil: Capacitan y apoyan jóvenes para implementar su idea de negocio, y brindan financiamiento en condiciones preferenciales.

4.1.7. VALORES

Competitividad: Maximizan sus propios recursos para brindar excelentes servicios de desarrollo empresarial a los socios de la organización.

Transparencia: Se manifiestan con actitudes correctas, claras, transparentes, respetuosas y éticas, concentrados en la verdad y la justicia.

Trabajo en Equipo: Unen fuerzas para el logro de sus propios objetivos comunes y mantienen un ambiente de confianza y respeto.

4.1.8. POLÍTICA DE CALIDAD

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma se compromete a apoyar la competitividad y fomentar la asociatividad de la comunidad empresarial del Municipio de Choloma, a través de la entrega de servicios y productos de calidad, mediante el compromiso de colaboradores competentes que buscan permanentemente la eficiencia y la mejora continua para la satisfacción de todos sus afiliados y clientes.

4.1.9. CCICH HACIA LA EXCELENCIA

Los propósitos que mueven a la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma a involucrarse en un proyecto destinado a implementar la norma ISO 9001:2008, son el estar convencidos de la importancia de la calidad, la mejora continua, y lo más importante, cumplir con las exigencias de todos los socios y clientes.

Este proceso de implementación del SGC debe entenderse como una intervención decidida de su Junta Directiva orientada a crear y desarrollar nuevas ideas, como un esfuerzo deliberado para mejorar el sistema, que permita generar nuevas posibilidades de acción.

La adopción de un SGC constituye una decisión estratégica de la Alta Dirección de la cámara, motivados por las diferentes necesidades, los propósitos particulares, los servicios que se proporcionan, los procesos empleados y el tamaño y estructura de la organización.

Dicho sistema será administrado de forma moderna e innovadora a través del Software KmKey Quality, que asegura un seguimiento permanente de todas las acciones e intervenciones oportunas de las no conformidades por medio de acciones preventivas y correctivas.

Con esta implementación se logra un mejoramiento de la imagen institucional, derivado de sumar al prestigio actual de la organización, el hecho que proporciona demostrar que la satisfacción del cliente es la principal preocupación de la cámara.

También es un refuerzo de la confianza que dispensan los actuales socios y los potenciales clientes, de acuerdo a la capacidad que tiene la cámara para suministrar en forma consistente los servicios empresariales. (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

4.2. DISEÑO GRÁFICO

Belluccia (2007) afirma:

El diseño es una práctica profesional, un hacer, un oficio, y no una teoría. Y como tal no tiende a la generalización, a las leyes, ni a la generación de conocimiento comprobable sino a la resolución de casos particulares, específicos y contextualizados. Al revés de las teorías, las soluciones de diseño solamente son aplicables a un caso singular y único, el caso que el diseñador está resolviendo en ese momento (p. 73).

4.2.1. EL COLOR

Torres (2014) asevera:

Todo lo que rodea a la especie humana tiene color. El color es algo importantísimo en la naturaleza; y, gracias al color de ciertos animales, como las avispas, o las plantas, se perciben como venenosos, peligrosos o dañinos, como una señal de aviso (p. 105).

El sistema aditivo o de colores luz se basa en el criterio de la percepción del color por el ojo humano a través de la luz y es conocido como sistema RGB por los colores en inglés red, green y blue (rojo, verde y azul). La suma de todos los colores básicos (RGB) en el espectro de luz, o la luz pura o solar en la naturaleza, es totalmente blanca, y la ausencia total de luz daría como resultado el negro. Todos los objetos de la naturaleza tienen la capacidad de reflejar la luz en mayor o menor medida. El resultado de que el ojo humano perciba las superficies de todo lo que se encuentra alrededor como colores es debido a la cantidad de luz que absorbe o repele un objeto (Torres, 2014, p. 107).

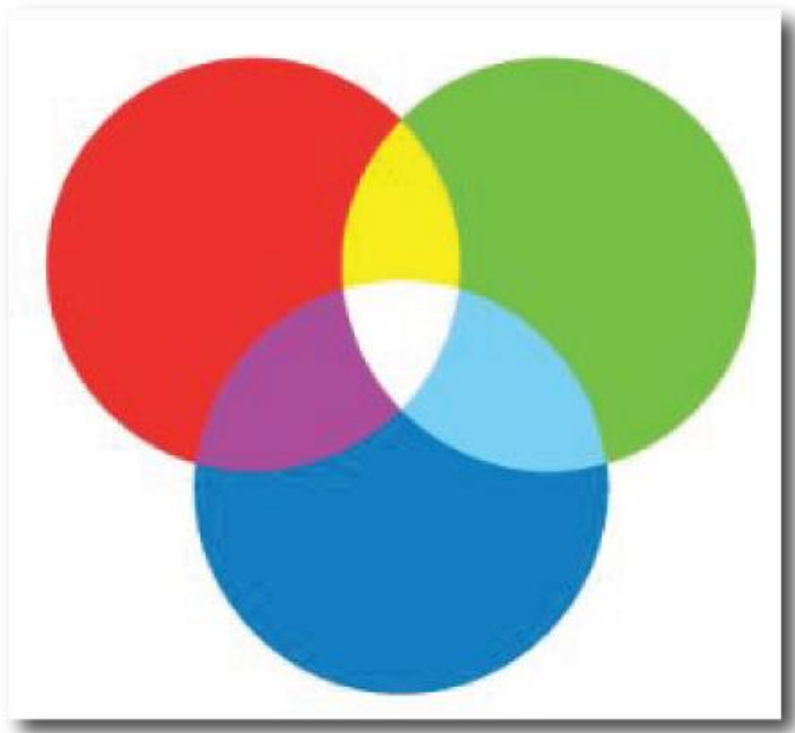


Ilustración 7. Ejemplificación del sistema aditivo

Fuente: (Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos, 2014)

Torres (2014) afirma que como ya se avanzó en la introducción de los principios de la teoría del color, el ser humano siempre ha querido representar lo que le rodea en la naturaleza de una u otra manera. El ser humano desde sus inicios, se valía de los pigmentos naturales tales como el rojo de la sangre y la arcilla, el negro del carbón, el verde y el marrón de ciertas plantas e insectos para representar sobre la piedra, en cierto modo, la vida.

El ser humano utilizó pigmentos y fue descubierto que podía imitar el sistema de luz solar gracias al propio color que se percibía de los líquidos. A lo largo del tiempo, este sistema se ha ido mejorando y se han ido creando tintas naturales e industriales que imiten todos los colores de la naturaleza.

Este sistema basado en la suma de pigmento o color, o sistema CMYK por los colores en inglés cyan, magenta, yellow y black (cian, magenta, amarillo y negro), estima como colores básicos en cuanto a pigmento estos cuatro indicados frente a los verde, rojo y azul que representan al sistema RGB de espectro visual mediante el uso de la luz (Torres, 2014, p. 108).



Ilustración 8. Ejemplificación del sistema sustractivo

Fuente: (Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos, 2014)

4.2.2. PSICOLOGÍA DEL COLOR

La psicología del color es el estudio de los colores y su significado en relación con el comportamiento humano. Su objetivo es determinar el significado de los colores y cómo el color afecta nuestras decisiones cotidianas como, por ejemplo, los artículos que compramos.

El estudio del significado de los colores en psicología da una buena noción general de qué simboliza cada color. Sin embargo, nuestro país de procedencia, nuestro sexo, valores y otros factores pueden afectar a nuestra percepción del color (Ferreira, 2020).

A continuación, se presenta una lista con los colores y su significado:

Rojo: En marketing, el color rojo se usa para captar la atención. El significado del color rojo está asociado con la emoción, la pasión, el peligro, la energía y la acción. En la psicología del color, el rojo es el color más intenso, y, por lo tanto, puede provocar las emociones más fuertes. De hecho, el color rojo también puede relacionarse con peligro. Además, el color rojo tiende a generar apetito, por lo que es común que marcas de alimentación y bebidas lo utilicen a menudo en sus diseños (Ferreira, 2020).



Ilustración 9. Ejemplificación del color rojo

Fuente: (Coca-Cola, 2020)

Naranja: En la psicología del color, el naranja representa la creatividad, la aventura, el entusiasmo, el éxito y el equilibrio. El color naranja agrega un poco de diversión a cualquier imagen, sitio web o material de marketing en el que se encuentre.

A pesar de que es un color que atrae, el simbolismo del color naranja no es tan agresivo como el del color rojo. Por ello, muchos vendedores lo prefieren para los botones de llamada a la acción (CTA) con el objetivo de aumentar su tráfico web o en áreas de su tienda online que quieren destacar para mejorar las conversiones (Ferreira, 2020).

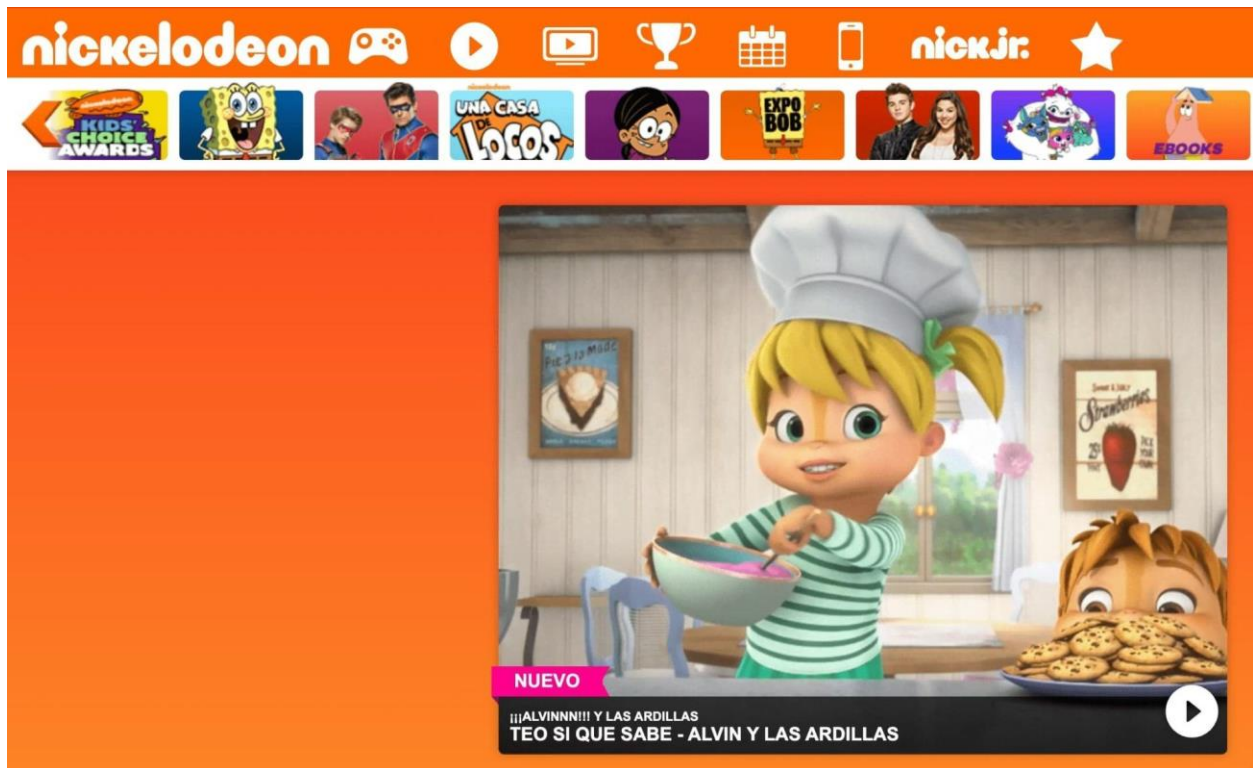


Ilustración 10. Ejemplificación del color naranja

Fuente: (Nickelodeon, 2020)

Amarillo: El significado del color amarillo gira en torno a la luz del sol. Evoca sentimientos de felicidad, positivismo, optimismo y verano, pero, cuidado porque es uno de los colores que representa engaño y advertencia.

Algunos usuarios en su camino por el emprendimiento optan por utilizar un color amarillo alegre como fondo o para el borde del diseño de su sitio web. También se puede optar por usar lo que

representa el color amarillo para una barra de envío gratis en la parte superior de una tienda online, si es que este color combina bien con el resto del diseño del sitio web.

Además, un pequeño toque de amarillo puede ayudar a los visitantes de una tienda online a asociar la tienda con algo positivo. Esta es la principal ventaja del simbolismo de este color (Ferreira, 2020).



Ilustración 11. Ejemplificación del color amarillo

Fuente: (Mcdonalds, 2020)

Entre los significados del color en psicología, el más conocido entre el público suele ser el color rosa. El rosa es un color popular para las marcas que sirven principalmente a un público femenino.

En la psicología del color, el significado del color rosa gira en torno a la feminidad, el juego, la inmadurez y el amor incondicional. Algunas marcas optan por utilizar el color rosa para el embalaje de sus productos, especialmente para los juguetes de niñas, mientras que otras marcas destacan el color rosa en su logotipo, diseño del sitio web o para resaltar mensajes clave.

Ya que el color rosa se asocia con la feminidad, no sorprende que marcas como Victoria's Secret y Barbie usen este color tan intensamente.

Victoria's Secret incluso nombró una de sus marcas Pink. En su sitio web usan una combinación de rosa y negro para resaltar los detalles clave en sus estrategias de marketing. Asimismo, su logotipo y ciertos mensajes también usan el simbolismo del color rosa (Ferreira, 2020).

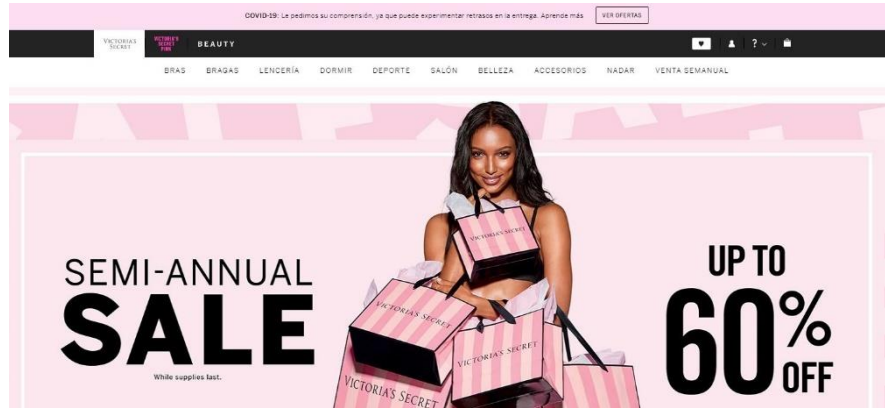


Ilustración 12. Ejemplificación del color rosa

Fuente: (Victoria's Secret, 2020)

Verde: el significado del color verde está muy conectado con la naturaleza y el dinero.

El crecimiento, la fertilidad, la salud y la generosidad son algunos de los significados positivos de este color. Sin embargo, el color verde también conlleva algunas asociaciones negativas, como la envidia.

Si se está en el nicho de la salud o la actividad física, se puede optar por agregar más verde a una tienda en línea (Ferreira, 2020).

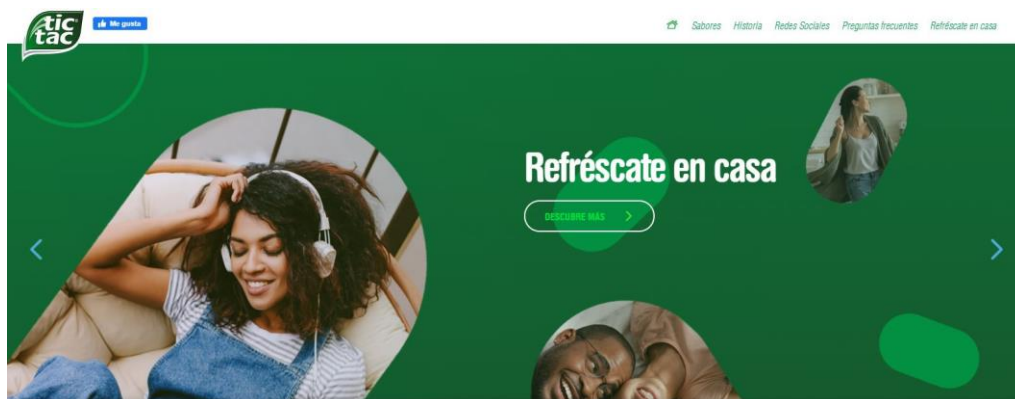


Ilustración 13. Ejemplificación del color verde

Fuente: (Tic Tac, 2020)

Azul: En la psicología del color, el significado del color azul se relaciona estrechamente con el mar y el cielo. La estabilidad, la armonía, la paz, la calma y la confianza son solo algunos de los sentimientos que tus clientes pueden sentir con respecto a tu marca cuando integras el color azul en tu identidad de marca.

Por el contrario, el color azul también puede tener algunos significados negativos, como la depresión, y puede provocar una sensación de frialdad.

Dentro de la psicología del color, el azul es, sin duda, uno de los colores más utilizados en publicidad. Por ejemplo, incluso Oral B, una marca de salud dental que vende cepillos de dientes, lo utiliza en su marca. Los nichos de salud, como Oral B, generalmente usan azul en su marca para que las personas asocien la marca con un producto de calidad, confiable y seguro (Ferreira, 2020).



Ilustración 14. Ejemplificación del color azul

Fuente: (Oral B, 2020)

4.2.3. LA TIPOGRAFÍA

Se conoce como tipografía a la ciencia o capacidad de reproducir mediante signos impresos la comunicación interpersonal hablada. Esa comunicación hablada se traduce en palabras escrita y, por tanto, en una correlación de letras.

Evidentemente, también se puede comunicar de manera impresa con otro tipo de signos, como imágenes, íconos, etc. Pero ese tipo de comunicación hace referencia a otra ciencia y otros estudios alejados de los meramente tipográficos.

La tipografía es el arte de comunicar con palabras, y como el arte implica emociones, existen muchos tipos de fuentes, millones de ellas, que se fueron inventando para mostrar psicológicamente esas emociones, y no solo mediante lo que se escribe.

Pero todo ello vino con la tipografía o estudios tipográficos modernos, ya que hay que recordar que se conserva palabra plasmada en papel desde existe la escritura, y que existe palabra impresa desde que se inventó la imprenta.



Ilustración 15. Ejemplo de escritura cuneiforme

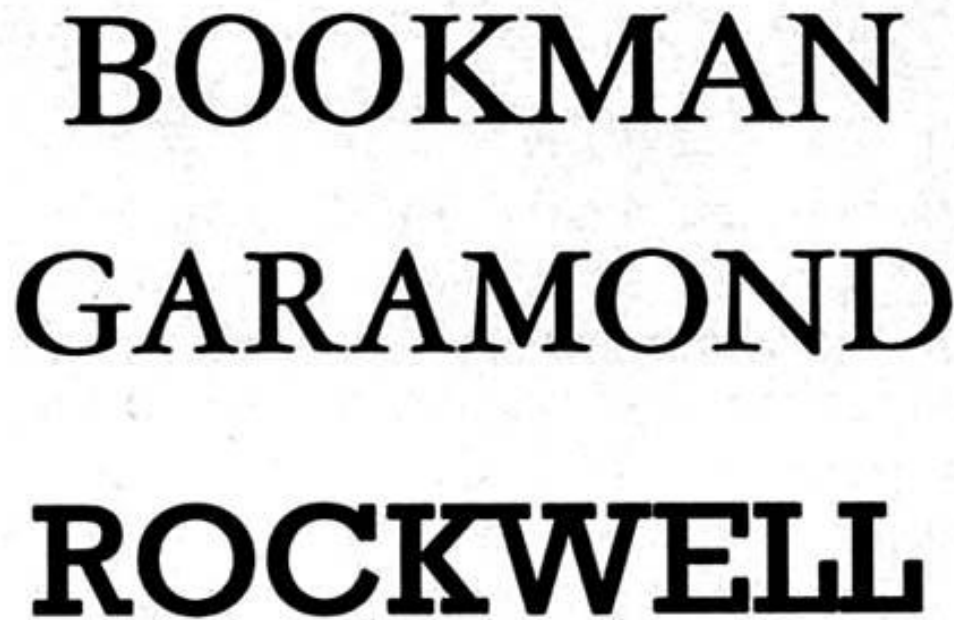
Fuente: (Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos, 2014)

“Se conoce como fuente a cada estilo de letra. Cada familia de caracteres diferente a otra se considera una fuente tipográfica distinta, y es algo en constante evolución. Cada catálogo de tipografías con sus constantes y nuevas creaciones” (Torres Rojas, 2014, pp. 59-60).

Aunque hay múltiples modos de clasificar las tipografías, en estas líneas se describen las familias tipográficas más habituales:

Las fuentes Romanas están formadas por fuentes que muestran influencias de la escritura manual, en concreto de la caligrafía humanista del s. XV, y también de la tradición lapidaria romana, donde los pies de las letras se tallaban para evitar que la piedra saltase en los ángulos.

Las fuentes Romanas son regulares, tienen una gran armonía de proporciones, presentan un fuerte contraste entre elementos rectos y curvos y sus remates les proporcionan un alto grado de legibilidad.



The image displays three examples of Roman typefaces in a large, bold, black font. The first line reads 'BOOKMAN', the second line reads 'GARAMOND', and the third line reads 'ROCKWELL'. Each word is centered and occupies a significant portion of the page width, demonstrating the characteristic proportions and contrast of these typefaces.

Ilustración 16. Ejemplo de tipografía romana

Fuente: (Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos, 2014)

Las fuentes Palo Seco se caracterizan por reducir los caracteres a su esquema esencial. Las mayúsculas se vuelven a las formas fenicias y griegas y las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas y círculos unidos, reflejando la época en la que nacen, la industrialización y el funcionalismo.



Ilustración 17. Ejemplo de tipografía palo seco

Fuente: (Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos, 2014)

“Las fuentes Rotuladas advierten más o menos claramente el instrumento y la mano que los creó, y la tradición caligráfica o cursiva en la que se inspiró el creador.

Las fuentes Decorativas no fueron concebidas como tipos de texto, sino para un uso esporádico y aislado” (17centímetros, s. f.).

4.2.4. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

García (2014) afirma que “la imagen corporativa es uno de esos factores dentro de las organizaciones que todo el mundo considera fundamentales y, sin embargo, no siempre se cuidan como merecen” (p. 10).

La imagen corporativa es uno de los elementos más importantes que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a su público quiénes son, a qué se dedican y en qué se diferencian de la competencia.

Es muy habitual utilizar en las empresas los términos “identidad corporativa” e “imagen corporativa” de forma equivalente, y, por tanto, tienden a confundirse en el entorno profesional. Sin embargo, aunque sutiles, existen algunas diferencias (García, 2014, p. 11).

La identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a su público, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se configura posteriormente y se relaciona con lo que el público percibe. Es un término, por lo tanto, relacionado a su vez con el posicionamiento.

La identidad corporativa es el ser de la empresa, su esencia. En este sentido, los factores que habitualmente se tienen en cuenta son los siguientes:

- La historia de la compañía, desde su fundación hasta el presente, tanto los momentos positivos como los negativos que han podido afectar de una forma o de otra.
- El proyecto empresarial relacionado con el momento presente de la compañía. El proyecto de la empresa debe hacer referencia a la filosofía de la compañía, sus valores, su estrategia corporativa y los procedimientos de gestión utilizados en las diferentes áreas funcionales.
- La cultura corporativa, que está formada por los comportamientos o formas de hacer las cosas, los valores compartidos de la empresa y las convicciones existentes (García, 2014, p. 12).

Un ejemplo claro es la marca Coca-Cola que a pesar de ser una de las marcas más antiguas, su logotipo casi no ha sufrido cambios. El logotipo está compuesto por el color rojo que es el que predomina en el logo y el color blanco actúa como el secundario. Sus colores generan un gran impacto visual ya que llaman la atención a simple vista.



Ilustración 18. Ejemplificación de identidad corporativa Coca Cola

Fuente: (Coca Cola,2020)

4.3. DISEÑO EDITORIAL

Una manera sencilla de definir el diseño editorial es considerarlo una forma de periodismo visual, pues es este rasgo el que lo distingue más fácilmente de otras disciplinas del diseño gráfico y de formatos interactivos. Una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar, o puede articularse como una combinación de todas esas acciones. No es raro encontrar opiniones diferentes en una misma publicación, aunque lo habitual es que se orienten en una misma línea de pensamiento (los periódicos son buena muestra de ello). Hoy en día, y por primera vez en la historia, las publicaciones pueden ser interactivas. Usando herramientas móviles como la tecnología GPS (sistema de posicionamiento global), nos adentramos en una nueva era de posibilidades en lo que respecta a la interacción del editor y el anunciante con el lector (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 8).

4.3.1. MAQUETACIÓN

La maquetación es una disciplina del diseño que se define como el arte que dispone de la composición de textos, del diseño de las imágenes y de cómo se diagrama todo como una unidad, teniendo en cuenta todos los detalles que formen parte del mensaje que se quiere expresar (Alcázar, 2014, p. 184).

Al iniciar un proyecto de maquetación, es importante tener en cuenta los elementos que formarán parte del trabajo. Cuando se conocen dichos elementos, se pasa a la parte de diseño y distribución de los mismos en la página (Alcázar, 2014, p. 185).

Es fundamental conocer lo que se va a maquetar porque en realidad no existe una guía de maquetación ejemplar, es decir, el mismo cometido en sí requerirá las condiciones concretas. Para una adecuada maquetación se deben considerar distintos formatos a utilizar y los siguientes aspectos:

- El tema del que trata
- Las imágenes aportadas
- El tipo de usuario a quien va dirigido

No es recomendable cargar los espacios con letras, ilustraciones, fotografías, etc., debido a que se dificulta la lectura y la vista del lector se cansa ante tanta información junta. Es preferible pecar de sencillez en los contenidos ilustrativos y textuales distribuidos en una página (Alcázar, 2014, p. 187).

El desarrollo informático ha provocado que la maquetación en los últimos años se haya enriquecido en usuarios y en calidad de producción. Hoy en día existen diferentes herramientas y software que consiguen que cualquier usuario pueda imprimir trabajos más o menos profesionales y con una calidad considerable. Los programas más utilizados para la maquetación son: Quark-XPress, Adobe PageMaker, Adobe Indesign, Microsoft Publisher, Corel Ventura y Scribus. (Alcázar, 2014, p. 189).

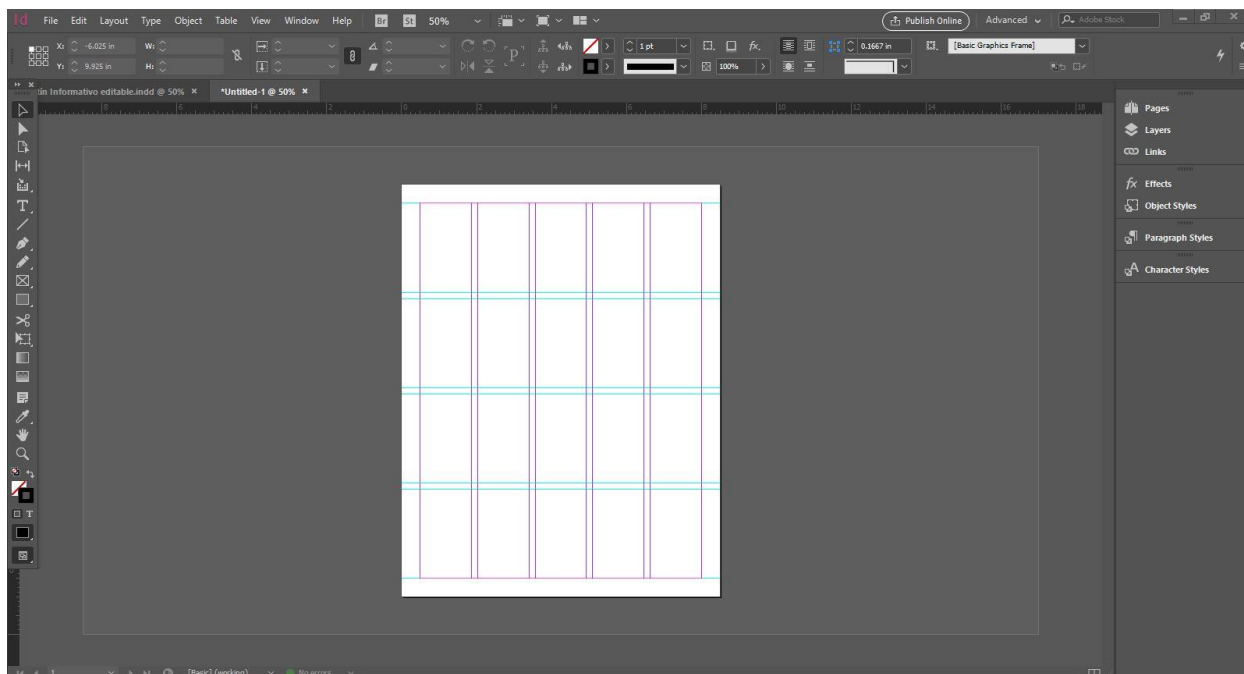


Ilustración 19. Vista desde el programa InDesign

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

4.3.2. FORMATOS EDITORIALES

Caldwell & Zappaterra (2014) aseveran que, hasta la llegada de las tablets en 2010, las revistas, periódicos y sus suplementos se disputan el puesto más alto en diseño editorial. Las publicaciones digitales crecen a gran velocidad y suponen nuevas oportunidades para diseñadores editoriales, editores y anunciantes. La nueva familia digital la conforman las páginas web, los móviles, las tablets y Android y el iPad.

Las aplicaciones permiten a los diseñadores incorporar imágenes en movimiento e interactividad a los periódicos y las revistas digitales. Mucha gente lleva encima dispositivos móviles, lo que hace que haya publicaciones con un mayor seguimiento en su versión digital que en papel. (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 23).

INICIO • NOTICIAS • CARACTERÍSTICAS • TUTORIALES • RESEÑAS • GUÍAS

Toc Buscar Artes digitales ...

QUE CALOR



La diversidad importa más que nunca en la ilustración

"Representar la diversidad nunca debería restringir a un ilustrador. En todo caso, debería hacerlo más maravilloso".

REVISIÓN

CARACTERÍSTICAS

LAS MEJORES CARACTERÍSTICAS DE ESTE MES

Tina Touli interview

Todas las transmisiones creativas en vivo que salvarán 2020

Proyectos creativos inspiradores en respuesta a pandemia y protesta

Coronavirus: Libros ilustrados gratuitos que

Ilustración 20. Ejemplificación de revista digital

Fuente: (Digital Arts, 2020)

Caldwell & Zappaterra (2014) plantean:

En los orígenes del formato digital, los periódicos publicaban las mismas páginas en sus versiones online que en papel, recurriendo para ello a archivos PDF. Desde entonces, se ha desarrollado un enfoque más interactivo que ahora pone el acento en el seguimiento por GPS. El incremento de la venta de dispositivos móviles ha hecho que las empresas del sector de la información exploren esta tecnología como herramienta publicitaria. Los servicios informáticos pueden ofrecer enlaces a anunciantes, basándose en los intereses del lector o en su ubicación, una estrategia que permite a las empresas conservar los ingresos que antes generaba la publicidad (p. 24).



Ilustración 21. Ejemplificación de periódico digital

Fuente: (La Prensa, 2020)

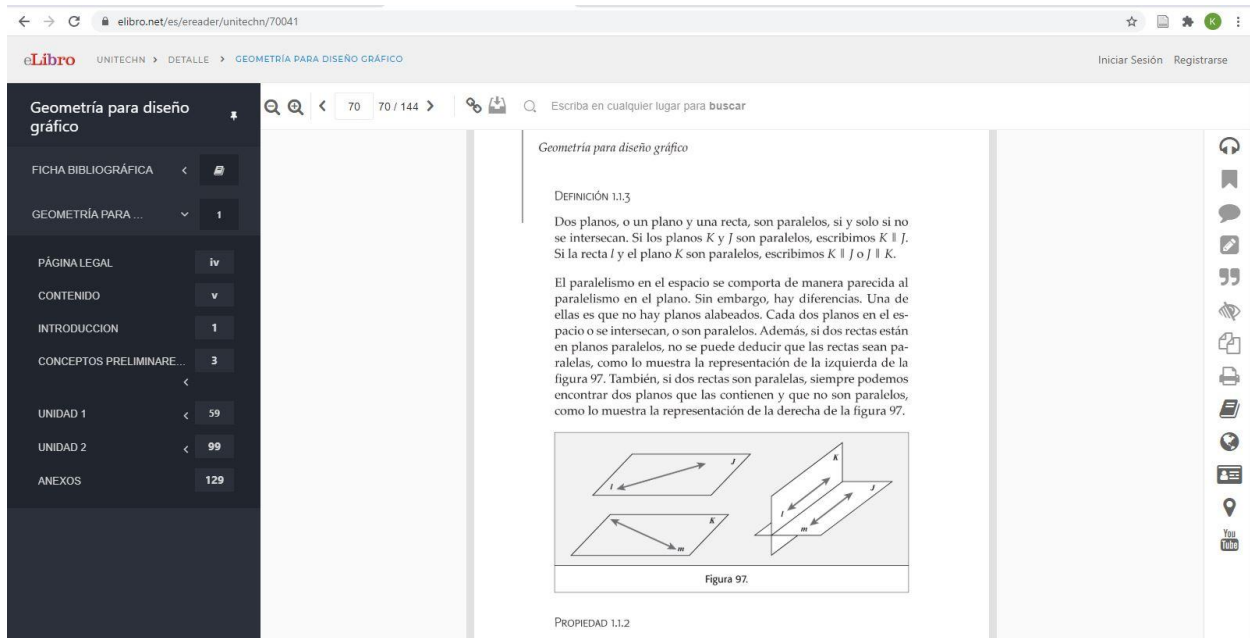


Ilustración 22. Ejemplificación de libro digital

Fuente: (elibro, 2020)

4.4. DISEÑO MULTIMEDIA

Colmenar (1999) menciona que para autores centrados en la temática de los Medios de Comunicación de Masas (prensa, radio, cine y televisión), hablar de multimedia, desde una perspectiva empresarial, significa referirse a una actividad en la que participan o se integran varios de estos medios. Por eso hablan de empresas o grupos multimedia que se mueven en el ámbito de varios medios (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 2).

Chaves (1991) afirma que el término multimedia, en el singular femenino, parece haber adquirido derecho de ciudadanía en portugués, – ya que la palabra *mídia* está incluida en el Aurélio – como traducción del término inglés multimedia que, en inglés, siguiendo el latín, es plural; así parezca en contrasentido utilizar el singular después del prefijo multi; concluye (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 3).

El diseño y la construcción de un proyecto multimedia van de la mano. Con frecuencia, los mejores resultados son producto de una retroalimentación continua, así como de modificaciones a lo largo del proceso de producción. Un proyecto multimedia no es más que un arreglo de texto, gráficos, sonido y elementos de vídeo. Pero el modo en que se componen estos elementos hace que cada proyecto sea diferente, tomando la forma que le dan el propósito del proyecto y los mensajes que contiene. En estos sistemas de navegación los espectadores tienen la libertad de saltar a un índice, un glosario, diferentes menús, el módulo de Ayuda o Acerca de, etc. (Castro, et al., 2002).

El guion para un proyecto se organiza secuencialmente, pantalla por pantalla, y cada pantalla se aboceta con notas de diseño y especificaciones. Los guiones son piezas cortas que describen con gran detalle cada imagen, animación, segmento de película, sonido, texto y señales de navegación. Los guiones son la pareja de los mapas de navegación durante el proceso de diseño (Castro, et al., 2002).

4.4.1. TEXTO

Las palabras escritas son descriptivas, detalladas y directas, como Lindstrom resaltaba (1996), sin embargo, la pantalla del computador no es el lugar más adecuado para la lectura, debido a que la resolución de la pantalla es sin duda menor que la resolución de los medios de comunicación

impresos. El uso de barras de desplazamiento es, en nuestra opinión, desagradable, transformando el placer de la lectura de un sacrificio, pues la luz dirigida directamente a la vista hace que la lectura tediosa si se compara con luz indirecta en la página impresa. Sin embargo, fue necesario adaptar esta innegablemente poderosa forma de transmitir la información al ambiente multimedia (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 53).

CCICH HACIA LA EXCELENCIA

Los propósitos que mueven a nuestra Cámara a involucrarse en un proyecto destinado a implementar la norma ISO 9001:2008, son el estar convencidos de la importancia de la calidad, la mejora continua, y lo más importante, cumplir con las exigencias de nuestros socios y clientes.

Este proceso de implementación del SGC debe entenderse como una intervención decidida de su Junta Directiva orientada a crear y desarrollar nuevas ideas, como un esfuerzo deliberado para mejorar el sistema, que nos permita generar nuevas posibilidades de acción.

La adopción de un SGC constituye una decisión estratégica de la Alta Dirección de la cámara, motivados por las diferentes necesidades, los propósitos particulares, los servicios que proporcionamos, los procesos que empleamos, y el tamaño y estructura de la organización.

Dicho sistema será administrado de forma moderna e innovadora a través del Software KmKey Quality, que asegura un seguimiento permanente de todas las acciones e intervenciones oportunas de las no conformidades por medio de acciones preventivas y correctivas.

Con esta implementación lograremos un mejoramiento de la imagen institucional, derivado de sumar al prestigio actual de la organización, el hecho que proporciona demostrar que la satisfacción del cliente es la principal preocupación de la cámara.

También es un refuerzo de la confianza que nos dispensan nuestros actuales socios y los potenciales clientes, de acuerdo a la capacidad que tiene la cámara para suministrar en forma consistente los servicios empresariales.

Ilustración 23. Ejemplificación de texto multimedia

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

4.4.2. SONIDO

Lindstrom (1996) plantea que, en la naturaleza, la mayoría de los eventos que vemos, son acompañados de un sonido; por esto debemos utilizar el sonido como un poderoso aliado en la obtención de la atención del estudiante. "Con la capacidad del sonido digital, nosotros tendremos acceso no solo a los poderosos manifiestos de la narración, sino también a las influencias subliminarias de los efectos de la música (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 7).

Luther (1995) afirma que, el término sonido se refiere al fenómeno acústico obtenido por la comprensión y expansión, en forma de onda, de las partículas de un medio físico -el aire, por ejemplo-, el sonido se propaga en todas las direcciones como, por ejemplo, las ondas que se forman cuando tiramos una piedra en un lago tranquilo (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 8).

Según Lindstrom (1996), los equipos electrónicos que utilizamos para capturar, manipular y reproducir sonido, en su esencia, se asemejan al oído humano, pues convierten estas variaciones de presión en informaciones eléctricas (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 10).

4.4.3. FOTOGRAFÍA

Con la ayuda del scanner o máquinas fotográficas digitales, es posible incluir fotos en el aplicativo, las cuales pueden contar historias, lugares o cosas y sirven para captar la atención del usuario.

La estructura de los archivos de fotos generalmente son de formato bitmap, pues sería casi imposible crear un archivo vectorial dada su complejidad (Stefanelli, 2020).

Una de las posibilidades más poderosas, a nuestra manera de ver en la multimedia, es la de adicionar imágenes en movimiento. Lindstrom (1996) declaró: Vivimos en un mundo dinámico – un mundo en movimiento. De igual manera, cuando usted se sienta en una sala donde nada se mueve, aún puede alterar la perspectiva moviendo su silla, su cabeza o hasta simplemente sus ojos. Usted es, de cierta forma, el cineasta (y el editor) de lo que ve. Este recurso nos permite atraer la atención del aprendiz para el punto de la pantalla necesario en el momento justo, dar énfasis a textos o eventos, o mostrar fenómenos, procedimientos o cualquier cosa que juzguemos necesarias (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 48).



Ilustración 24. Fotografía digital

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

4.4.4. VIDEO

Según Lindstrom (1996) Al igual que sucede con la grabación de sonido, la tecnología digital permitió convertir videos del formato analógico a la digital. Esta tecnología permitió el uso de escenas de películas o documentales en programas multimedia. El video digital es almacenado por el computador en forma de un código binario, como cualquier otro tipo de información, una fotografía, por ejemplo. La diferencia, sin embargo, es que la imagen de video está basada en el sincronismo. Los cuadros de video -cada uno siendo una imagen separada- deben ser reproducidos a una velocidad constante y rápida para alcanzar la ilusión del movimiento (Citado en Stefanelli, 2020, párr. 50).



Ilustración 25. Video multimedia

Fuente: (Youtube, 2016)

4.5. CÁMARAS DE COMERCIO EN HONDURAS

4.5.1. RESEÑA HISTÓRICA

Las Cámaras de Comercio e Industrias tienen ya más de un siglo de existencia en el país. Gracias a las gestiones que hicieron notables ciudadanos encabezados por Don Santos Soto, se fundó la Cámara de Comercio de Honduras el 21 de agosto de 1890 por acuerdo del Poder Ejecutivo. Después de la creación de la primera Cámara, paulatinamente fueron constituyéndose otras Cámaras de Comercio a lo largo y ancho del territorio nacional (FEDECAMARA, s. f.).

Hace 75 años, mediante Decreto No. 51 del 29 de enero de 1937 (Ley sobre Cámaras de Comercio e Industrias Central de Honduras, formada por las Cámaras de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, Atlántida, San Pedro Sula (hoy de Cortés) y de Copan. En 1946, conforme Decreto No. 26 del 24 de enero, se derogaba la anterior "Ley sobre Cámaras de Comercio e Industrias y ya para ese entonces existían las Cámaras de Comercio siguientes: de Tegucigalpa, Atlántida, Cortés, Copan, Tela, Yoro, El Progreso, Comayagua, Danlí y del Sur (10 Cámaras) Como la anterior Ley, ésta también establecía que mientras las necesidades no lo demanden, hará de Cámara de comercio e Industrias Central, la de Tegucigalpa. En el año de 1978, un 2 de septiembre, los representantes de las Cámaras legalmente constituidas se reunieron para organizar la "Cámara de Comercio Central de Honduras", cuya Acta de organización consta en Instrumento Público de Protocolización de Acta de Instalación, con fecha 20 de septiembre de 1978 (FEDECAMARA, s. f.).

De acuerdo al Acta de organización antes mencionada, la primera Junta Directiva estuvo integrada por los señores Reginaldo Thompson Barahona, Carlos Castillo, Sergio Salinas, Roberto Talhami, Daniel Caballero, Antonio San Martín, Rolando Noe Barahona y Camilo Jananias. Como en todo proceso, las Cámaras existentes sintieron la necesidad de constituir una Federación que se convirtiera en el organismo cúpula de las Cámaras, representantes de los intereses del comercio y de la industria a nivel nacional e internacional (FEDECAMARA, s. f.).

En 1988, por iniciativa del Distinguido Empresario, Señor Juan Ferrera López, se crea la Federación de Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras (FEDECAMARA), quien sustituye a la Cámara Central de Honduras conforme Decreto No. 57 del 28 de abril, quedando establecido que la Federación estará integrada por todas las Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras, teniendo su sede en la Capital de la Republica, con el objetivo primordial que la FEDECAMARA se convirtiera en el organismo cúpula de las Cámaras representantes de los intereses, del comercio y de la industria a nivel nacional e internacional. Considerando que la jurisdicción será en todo el territorio nacional, teniendo además a su cargo, las relaciones internacionales en representación de las Cámaras miembros. Desde su creación, comprendiendo desde el periodo de la Cámara Central, FEDECAMARA ha tenido los siguientes Presidentes: Reginaldo Thompson Barahona, Emilio Larach, Miguel Kawas, Roberto Thalhami, Jorge Castillo Chavez, Juan Antonio Bendeck, Arnulfo Andara Flores, Omar Cerna García, Carlota Tovar, Rolin Escobar, Reginaldo Sheran, Will German Sandoval, Narciso Rodríguez Matute, Luis Ernesto Tabora, Mauricio Katan, Sergio Evenor Bonilla, Javier Chacon, Saul Toledo, José Nolasco, Edison Cárdenas Saavedra y Kariem Elias Qubain (FEDECAMARA, s. f.).



Ilustración 26. Vista de sitio web de CCIT

Fuente: (ccit, 2020)

En el año 2000, mediante Decreto No. 22/2000, se reforma la Ley anterior, estableciéndose que la FEDECAMARA estará integrada por todas las Cámaras de comercio e Industrias de Honduras, así como por todas aquellas otras Cámaras Empresariales que fomenten las relaciones económicas, culturales y turísticas. Desde una perspectiva sistémica la FEDECAMARA, se concibe como un sistema articulado con 43 Cámaras de Comercio e Industrias, Empresariales y Binacionales diseminadas en 17 departamentos del país, aglutinando a un número de 20,000 empresas aproximadamente, de diferentes rubros y tamaños (micro, pequeña, mediana y grande empresas). Como institución sin fines de lucro, ejercemos un voluntariado cívico, comprometido con los intereses de la comunidad empresarial y sin descuidar la responsabilidad social que a ésta le corresponde, para contribuir a superar los múltiples problemas sociales expresados de manera dramática en el día a día de la vida nacional (FEDECAMARA, s. f.).

4.6. CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL

La Cámara de Comercio Internacional es la organización empresarial mundial, la única asociación representativa que habla con la voz que emana de las empresas de todos los sectores y de todos los países del mundo (ICC Spain, 2020).

La ICC fomenta la apertura del comercio y de la inversión internacionales, así como la economía de mercado. La convicción de que el comercio es una poderosa fuerza en pro de la paz y la prosperidad data de los orígenes de la organización a principios del siglo XX. El grupo de líderes empresariales que fundaron la CCI se llamaron a sí mismos “mercaderes de la paz” (ICC Spain, 2020).

La ICC se fundó en 1919. Hoy agrupa a miles de empresas miembros, cámaras de comercio, asociaciones empresariales procedentes de más de 130 países. Sus comités nacionales, establecidos en más de 90 países, se coordinan con sus miembros para dirigir los intereses de la comunidad empresarial y para hacer llegar a sus gobiernos los puntos de vista empresariales formulados por la ICC (ICC Spain, 2020).

Dada su fuerza representativa, la ICC goza de la condición de entidad consultiva de primer orden ante las Naciones Unidas, sus agencias y organismos especializados, y mantiene una fluida y estrecha relación con otras organizaciones internacionales, la Organización Mundial del Comercio,

la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, la OCDE, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, donde expone las visiones del mundo de la empresa y aboga a favor de sus intereses. Asimismo, hace llegar a las autoridades de los Estados las declaraciones y tomas de posición que adopta sobre los problemas del comercio internacional y las inversiones, que son el resultado de los trabajos de sus diversas comisiones y grupos de trabajo, a través de sus Comités Nacionales. Cada vez que se reúne el G20, la ICC hace llegar, a través del primer ministro del gobierno convocante, la opinión de la comunidad internacional de empresas sobre las prioridades del momento. La ICC mantiene también fluidas relaciones con la Unión Europea y todas sus agencias (ICC Spain, 2020).



Ilustración 27. Vista de sitio web de ICC

Fuente: (iccspain, 2020)

V. METODOLOGÍA

5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Se conoce como técnica al conjunto de procedimientos que se efectúan para alcanzar un resultado definido que se puede emplear en diferentes campos como la educación, arte, ciencia, tecnología, etc. La técnica utilizada para la ejecución del proyecto de graduación fue la técnica de revisión documental. Para la materialización del informe se utilizaron las siguientes herramientas:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Adobe After Effects
- Adobe Media Encoder
- Microsoft Office Word

El instrumento es la herramienta que sirve de apoyo en un método específico. Para la recolección de información se aplicaron los siguientes instrumentos:

- Buscador de Google
- Biblioteca virtual del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
- Zotero, gestor de referencias bibliográficas

5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son una herramienta para el entendimiento, la búsqueda y el camino a la información. Se detectan diferentes fuentes de información, dependiendo del nivel de búsqueda que se realiza.

Existen diferentes tipos de fuentes de información y son las siguientes:

- Fuentes primarias: Información directa y de primera mano.
- Fuentes secundarias: Contenidos procesados de una fuente primaria.
- Fuentes terciarias: Compilación de fuentes primarias y secundarias para obtener una idea general.

Para la realización del presente informe se utilizaron las siguientes fuentes de información:

- Reuniones vía Zoom y Google Meet con equipos de trabajo establecidos para recopilar información de las áreas Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales y Recursos Humanos (fuentes primarias).
- Sitios y páginas web relacionados con la temática del proyecto (fuentes secundarias).
- Muestras de Informes de Proyecto de Graduación facilitado por Asesor UNITEC (fuentes terciarias).

5.3. CRONOLOGÍA DE TRABAJO

La historia posee una ciencia auxiliar llamada cronología. Esta ciencia determina el orden temporal y fechas de acontecimientos históricos.

Esta sección proporciona un orden cronológico de trabajos o actividades realizadas durante las 10 semanas de duración del proyecto de graduación, reflejadas mediante el diagrama de Gantt y distribuyéndose de la siguiente manera:

- Actividad: Descripción de trabajos realizados.
- Duración: Periodo de tiempo en el cual se extiende cada actividad, determinada en horas y minutos.
- Fecha: Tiempo determinado por los días de la semana y marcado a color desde el inicio hasta la finalización del trabajo.

Tabla 1. Cronología del desarrollo de proyecto semana 1 (27 de abril – 3 de mayo)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Videoconferencia de inducción con el equipo de trabajo del área de Recursos Humanos.	1 hora							

Videoconferencia de inducción con el equipo de trabajo de las áreas de Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales.	30 minutos							
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 2. Cronología del desarrollo de proyecto semana 2 (4-10 de mayo)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Entrega de hoja de vida y portafolio creativo a la organización vía correo electrónico.	10 minutos							
Solicitud de archivo editable de imago tipo de la organización.	10 minutos							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 3. Cronología del desarrollo de proyecto semana 3 (11-17 de mayo)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Entrega de Manual de Inducción y Código de Vestimenta por parte del área de Recursos Humanos vía correo electrónico.	10 minutos							
Videoconferencia con la Lic. Belinda Robelo (RR. HH) para discutir sobre los manuales.	30 minutos							
Rediseño del Manual de Inducción.	7 horas							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 4. Cronología del desarrollo de proyecto semana 4 (18-24 de mayo)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Videoconferencia con la Lic. Wendy Barahona (Técnico Integración al Socio) para discutir sobre los boletines informativos.	30 minutos							
Creación de 3 plantillas para boletines informativos de mayo, junio y julio.	3 horas							
Rediseño del Código de Vestimenta.	8 horas							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 5. Cronología del desarrollo de proyecto semana 5 (25-31 de mayo)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Creación de afiche sobre el día del periodista.	1 hora							
Creación de plantilla para comunicado interno.	30 minutos							
Solicitud al área de Ruta Pyme de mejora de redacción de la información para video publicitario	10 minutos							
Reunión con colaboradora del área de Ruta Pyme para el planteamiento de video publicitario.	15 minutos							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 6. Cronología del desarrollo de proyecto semana 6 (1-7 de junio)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Entrega de información para video publicitario por parte del área de Ruta Pyme vía correo electrónico.	10 minutos							
Entrega de información para la creación de un manual por parte del área de Núcleos Sectoriales vía correo electrónico.	10 minutos							
Rediseño de Manual de Bioseguridad	8 horas							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 7. Cronología del desarrollo de proyecto semana 7 (8-14 de junio)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Videoconferencia con la Lic. Belinda Robelo (RR. HH) para discutir sobre algunos cambios en los manuales de Inducción y Bioseguridad	20 minutos							
Videoconferencia con las colaboradoras de las 3 áreas específicas de trabajo para discutir sobre los avances del estudiante	30 minutos							
Creación de 2 vídeos publicitarios para las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales	5 horas							
Videoconferencia con la Lic. Wendy Barahona (Técnico Integración al Socio) para discutir sobre las últimas actividades a realizar	1 hora							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 8. Cronología del desarrollo de proyecto semana 8 (15-21 de junio)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Creación de 2 vídeos publicitarios para las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales	4 horas							
Videoconferencia con la Lic. Solanlly López (Ruta Pyme y Núcleos) para discutir sobre el Manual de trabajo con Núcleos para el consejero y el Manual de actividades de Núcleos	1 hora							
Creación de afiches de Registro y Afiliación para el área de Técnico Integración al Socio	2 horas							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 9. Cronología del desarrollo de proyecto semana 9 (22-28 de junio)

Actividad	Duración	L	M	M	J	V	S	D
Creación de afiches de Registro y Afiliación para el área de Técnico Integración al Socio	2 horas							
Videoconferencia con la Lic. Solanlly López (Ruta Pyme y Núcleos) para discutir sobre el Manual de trabajo con Núcleos y el Manual de actividades de Núcleos	30 minutos							
Capacitación vía Zoom a miembros de la CCICH sobre consejos para una buena	2 horas							

maquetación/diagramación de elementos								
Creación del Manual de trabajo con Núcleos para el consejero para el área de Núcleos Sectoriales	8 horas							
Creación del Código de Conducta y Ética Profesional para el área de Recursos Humanos	2 horas							

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Tabla 10. Cronología del desarrollo de proyecto semana 10 (29 de junio - 1 de julio)

Actividad	Duración	L	M	M
Creación del Manual de trabajo con Núcleos para el consejero para el área de Núcleos Sectoriales	5 horas			
Creación del Manual de Actividades con Núcleos para el área de Núcleos Sectoriales	5 horas			
Plantilla de bienvenida a nuevos socios para el área de Técnico Integración al Socio	45 minutos			
Plantilla para publicar capacitaciones para el área de Técnico Integración al Socio	30 minutos			
Plantilla para socios que están prestando el servicio de entregas a domicilio para el área de Técnico Integración al Socio	30 minutos			
Creación del Código de Conducta y Ética Profesional para el área de Recursos Humanos	2 horas			

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

VI. DESCRIPCIÓN DE DESARROLLADO

6.1. SEMANA 1

En la primera semana el estudiante tuvo 2 reuniones de inducción con los diferentes equipos de trabajo de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. Dichas reuniones se ejecutaron de manera virtual con una videoconferencia mediante la aplicación Zoom.

La primera reunión fue con el equipo de trabajo del área de Recursos Humanos, dando la bienvenida oficial al estudiante y presentando a las colaboradoras con las que el estudiante trabajará directamente. También se compartió la misión, visión, valores, entre otra información, de igual forma, se aclararon dudas que surgieron de parte del estudiante.

La segunda reunión se realizó en conjunto con los equipos de trabajo de las áreas de Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales. Al igual que en la primera reunión, se presentaron las colaboradoras con las que el estudiante trabajará directamente.

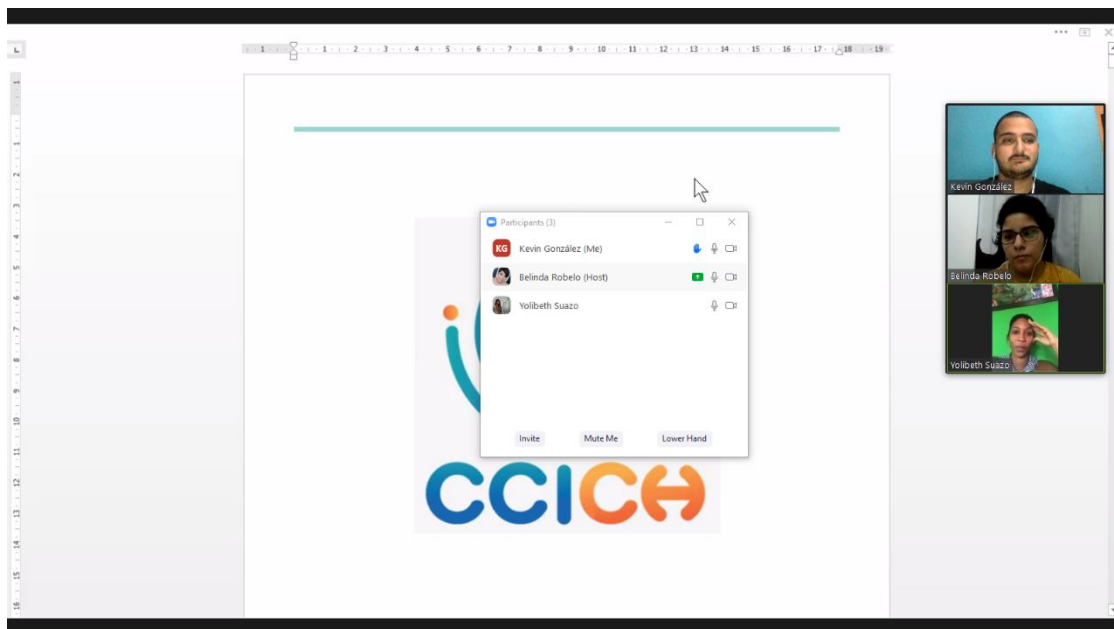


Ilustración 28. Videoconferencia de Inducción con RR. HH.

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

6.2. SEMANA 2

En la segunda semana, el equipo de trabajo del área de Recursos Humanos solicitó al estudiante la entrega de su hoja de vida (Curriculum Vitae) y portafolio creativo. La solicitud del área de Recursos Humanos fue entregada por parte del estudiante vía correo electrónico.

Por parte del estudiante, se solicitó la firma de la directora de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, la licenciada Alejandra Mejía, en la ficha de descripción de cargo que es solicitada por UNITEC. Para un mejor entendimiento y familiarización con la identidad visual de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, se solicitaron los archivos editables de la línea gráfica e imagotipo de la organización.

En las reuniones de inducción con las áreas que trabajarán en conjunto con el estudiante, se identificó que el principal problema es la errónea percepción de comunicación gráfica de la organización. Descubrir la problemática fue de mucha importancia para el inicio del desarrollo del informe de proyecto de graduación.

6.3. SEMANA 3

En esta semana, el equipo de trabajo del área de Recursos Humanos entregó al alumno vía correo electrónico, los archivos editables (Word y Power Point) del Manual de Inducción y Código de Vestimenta de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma.

Días posteriores, se realizó una videoconferencia con una de las colaboradoras del área de Recursos Humanos, la licenciada Belinda Robelo. En dicha reunión se llevó a cabo la presentación del Manual de Inducción y Código de Vestimenta de la organización Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. Se expusieron los posibles cambios que podrían sufrir los manuales, además de las propuestas de mejora que el alumno podría brindar.

Esta semana fue crucial debido a que se llevó a cabo el desarrollo del rediseño del Manual de Inducción, haciendo constancia de la primera entrega de trabajo a la organización Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. El Manual de Inducción tuvo la aprobación de la licenciada Alejandra Mejía, directora de la organización.

La solicitud de los archivos editables que el alumno realizó en la semana anterior, fue de mucha importancia debido a que pudo orientarse y tener una idea clara de los colores y la tipografía permitida para una correcta elaboración del Manual de Inducción.



Ilustración 29. Portada Manual de Inducción

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

6.4. SEMANA 4

Para esta semana se agendó una videoconferencia con la licenciada Wendy Barahona del área de Técnico Integración al Socio. La licenciada Barahona le presentó al alumno los boletines informativos que se han realizado últimamente en la organización y le asignó la creación de 3 plantillas para los boletines informativos de los meses de mayo, junio y julio. La entrega de las 3 plantillas se llevó a cabo en esta misma semana, tomando en cuenta todas las recomendaciones que expuso la licenciada Barahona. Los boletines informativos de la CCICH solamente constaban de una sola página y como propuesta de mejora, el estudiante propuso a la licenciada Barahona que el boletín informativo se presentara en más de una página para una mejor visualización del mismo.



Ilustración 30. Página principal de Boletín Informativo

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

También se inició con el desarrollo de rediseño del Código de Vestimenta de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. Para la realización de este manual, se respetó la línea gráfica de la organización y se tomaron en cuenta partes de diseño del Manual de Inducción. Además, se necesitaron muchas horas de trabajo debido a la extensa cantidad de imágenes e información relevante que conlleva el manual. Como propuesta de mejora, el estudiante propuso la implementación de más imágenes y menos texto, esto para que el lector no se aburra de tanta información y se centre más en las vestimentas apropiadas y no apropiadas. El rediseño del Código de Vestimenta tuvo el visto bueno y la total aprobación de la licenciada Alejandra Mejía, directora de la organización.



Ilustración 31. Página 3 Código de Vestimenta

Fuente: (Kevin D. González, 2020)


6.5. SEMANA 5

La licenciada Wendy Barahona del área Técnico Integración al Socio, solicitó al alumno la elaboración de un afiche alusivo al día del periodista. Dicho afiche tuvo la aprobación de la directora de la organización, la licenciada Alejandra Mejía para poder lanzarse a las diferentes redes sociales que posee la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. La licenciada Barahona también pidió la colaboración del alumno para la creación de una plantilla de un comunicado interno dirigido a los socios previo a la tramitación de salvoconductos, respetando la línea gráfica y colocando el texto solicitado.



Ilustración 32. Afiche día del periodista

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



AVISO

La Cámara de Comercio e Industrias de Choloma (CCICH), solicita a todos los socios que han gestionado la constancia digital ante el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) a través del link <http://www.cohep.com/salvoconducto/> previo a la tramitación del salvoconducto, envíen al correo sac@ccich.org la siguiente información:

1. Nombre de la sociedad mercantil
2. Nombre comercial
3. Registro Tributario Nacional (RTN) de la empresa
4. Fecha de solicitud
5. Correo electrónico

También puedes comunicarte al teléfono 9561-5773 al departamento de Integración al Socio.

Lo anterior con el propósito de brindarles apoyo en la gestión de dicha constancia.

Choloma, Cortés

**PARA LOS QUE SE
ATREVEN
A HACER EMPRESA**



  www.ccich.org

Ilustración 33. Comunicado interno

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Para esta semana se agendó una videoconferencia con la licenciada Solanlly López, colaboradora del área de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales. La licenciada López solicitó ayuda de parte del alumno para la creación de 2 videos publicitarios que traten sobre beneficios en las áreas ya mencionadas. Días posteriores, el alumno solicitó la mejora de la redacción del texto debido a que no se podía percibir la idea principal para iniciar el desarrollo de los videos.

6.6. SEMANA 6

En esta semana, la licenciada Solanlly López de las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales, envió al alumno vía correo electrónico la redacción de información correcta para la creación de un video publicitario para el área de Ruta Pyme y otro video para el área de Núcleos Sectoriales. Ese mismo día, la licenciada López envió al alumno la ejemplificación de 2 manuales para que sirvan como guía para la realización del Manual de Núcleos, pero respetando la línea gráfica de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma.

También se agendó una reunión con la licenciada Belinda Robelo de Recursos Humanos, para presentar al alumno el Manual de Bioseguridad de la CCICH y así mismo comenzar a trabajar en ello. La entrega de dicho manual se efectuó esta misma semana, tomando en cuenta todas las recomendaciones sugeridas por la licenciada Robelo.

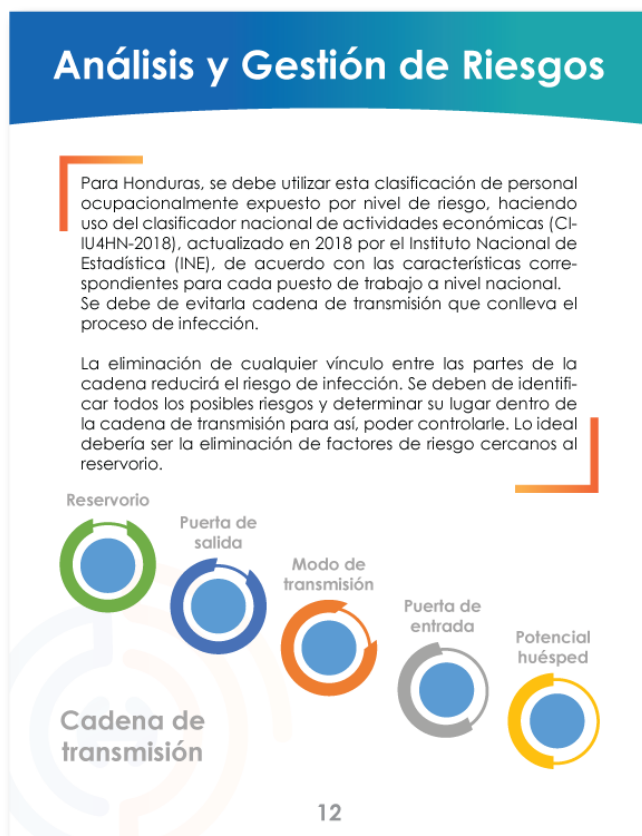


Ilustración 34. Página 12 Manual de Bioseguridad

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

6.7. SEMANA 7

A principio de esta semana el alumno sostuvo una videoconferencia con la licenciada Belinda Robelo del área de Recursos Humanos la cual trató sobre la modificación del organigrama de la Estructura Organizacional de la CCICH. Además, se discutió sobre algunas modificaciones que se tenían que implementar en el Manual de Bioseguridad. Ese mismo día el alumno trabajó en las modificaciones de dichos manuales y realizó la entrega completa de los archivos para dar por finalizados dichos trabajos.

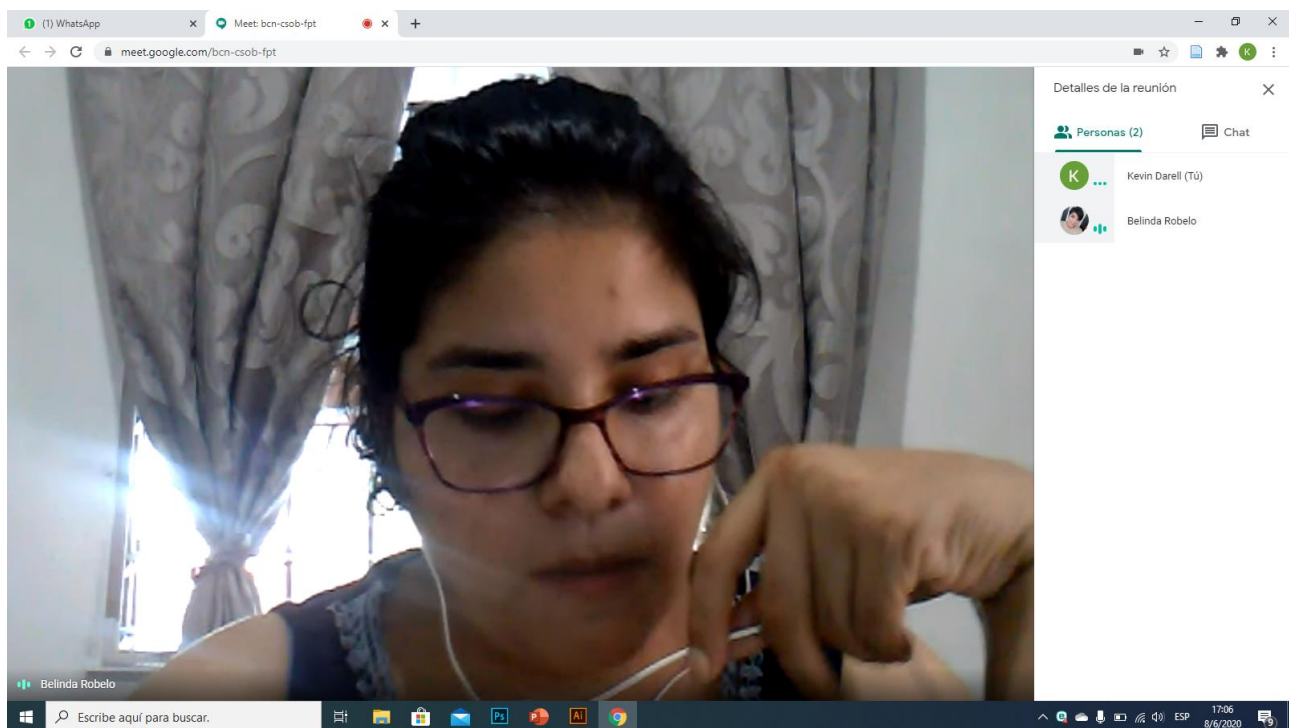


Ilustración 35. Videoconferencia con la Lic. Belinda Robelo

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

La licenciada Robelo de Recursos Humanos agendó en esta semana otra videoconferencia, pero en esta ocasión estuvieron presentes las demás colaboradoras que trabajan en conjunto con el estudiante. La reunión trató sobre el desempeño y los avances que el estudiante ha realizado hasta el momento con cada equipo de trabajo asignado.

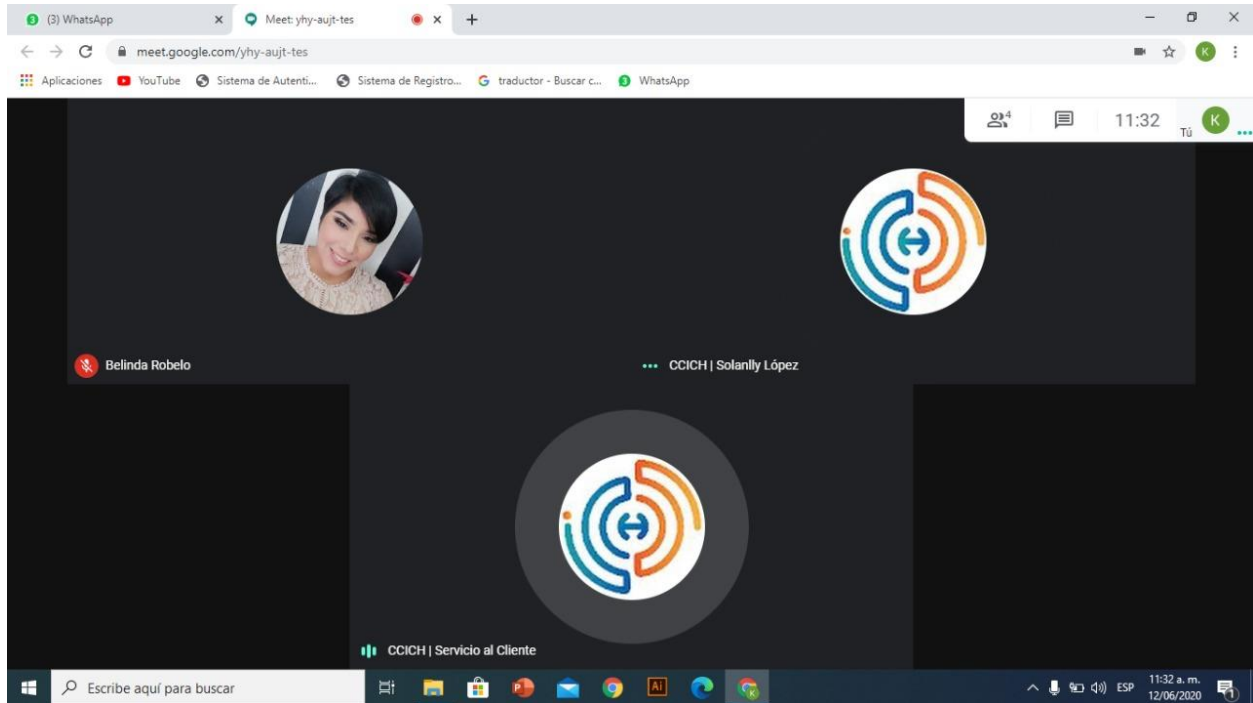


Ilustración 36. Videoconferencia con equipos de trabajo

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

El envío de la información correctamente redactada por parte de la Lic. Solanlly López de las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales facilitó al alumno la realización de los primeros avances de los videos publicitarios solicitados para dichas áreas.

El primer paso antes de comenzar la creación de los videos fue la realización del storyboard, esto como guía para entender la secuencia de los videos. Para el storyboard es necesario elaborar bocetos y complementarlos con información. Además, es importante identificar cuáles son los momentos clave de la secuencia. Es fundamental tener en cuenta que el storyboard sirve para mostrar visualmente una idea.



Ilustración 37. Storyboard Núcleos

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

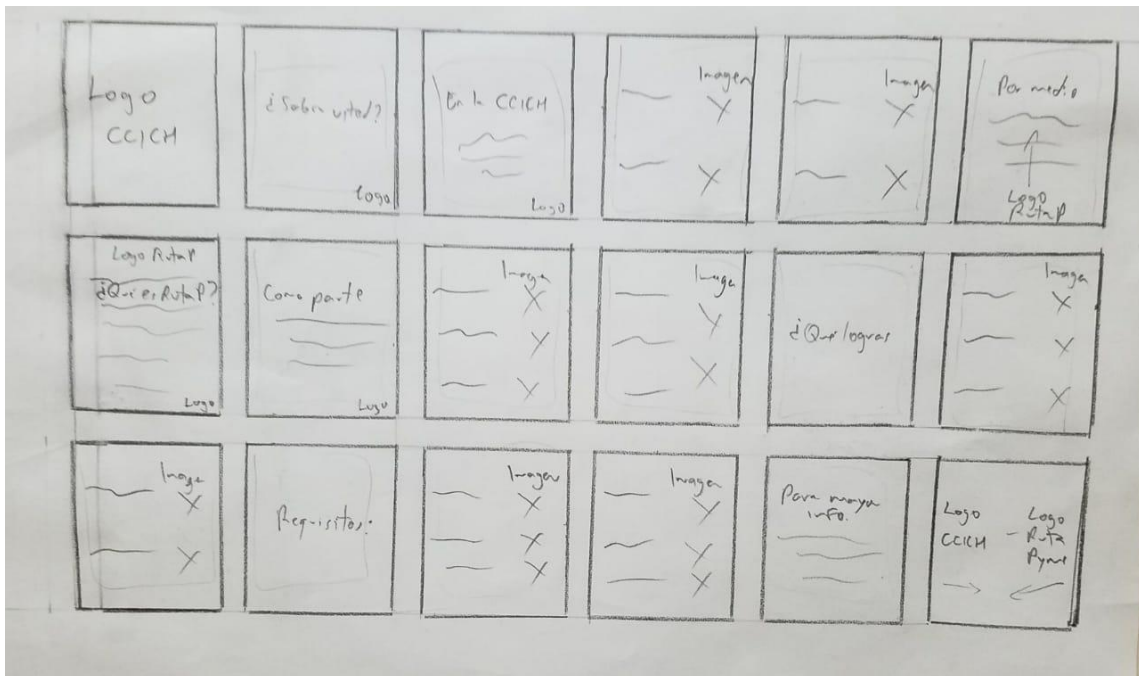


Ilustración 38. Storyboard Ruta Pyme

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Ya para finalizar la semana, la Lic. Wendy Barahona solicitó al estudiante una reunión alterna para discutir sobre los trabajos restantes del área de Técnico Integración al Socio.

Se acordó que en las próximas semanas el estudiante primero entregará un afiche en conjunto de Registro y Afiliación a la CCICH. Luego hará entrega de un afiche que exprese que los socios de la CCICH están prestando el servicio de entregas a domicilio, 3 plantillas para publicar capacitaciones y una plantilla de bienvenida a los nuevos socios. Para finalizar las actividades con el área de Técnico Integración al Socio el estudiante realizará la entrega del boletín informativo del mes de junio.

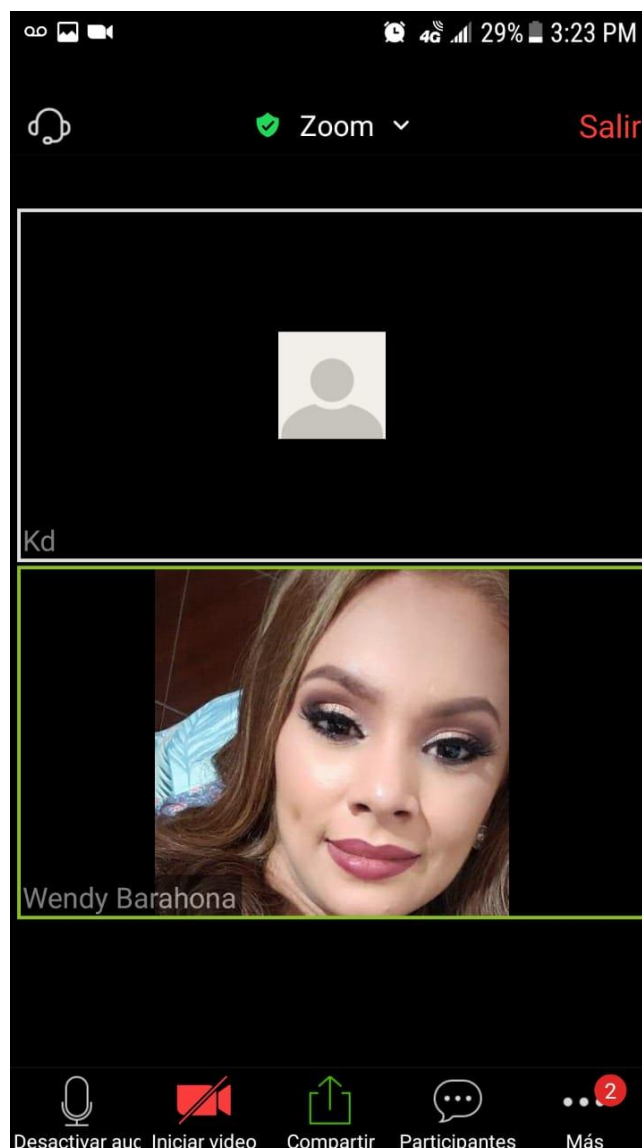


Ilustración 39. Videoconferencia con la Lic. Wendy Barahona

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

6.8. SEMANA 8

Esta semana fue testigo de la continuación y la entrega en tiempo y forma de los 2 videos publicitarios de las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales. Los videos fueron realizados mediante el programa Adobe After Effects, que tiene forma de estudio destinado para la creación o aplicación en una composición, así como realización de gráficos profesionales en movimiento y efectos especiales, que desde sus raíces han consistido básicamente en la superposición de capas.



Ilustración 40. Reproducción de video Ruta Pyme

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Ilustración 41. Reproducción de video Núcleos

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

El estudiante tuvo una videoconferencia con la licenciada Solanlly López de las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales. Dicha reunión se llevó a cabo para discutir sobre la realización del Manual de trabajo con Núcleos para el consejero y el Manual de Actividades con Núcleos. La licenciada López explicó detalladamente los lineamientos y directrices a tomar en cuenta para la ejecución de estos manuales, siempre recalcando el cumplimiento de la línea gráfica de la CCICH.

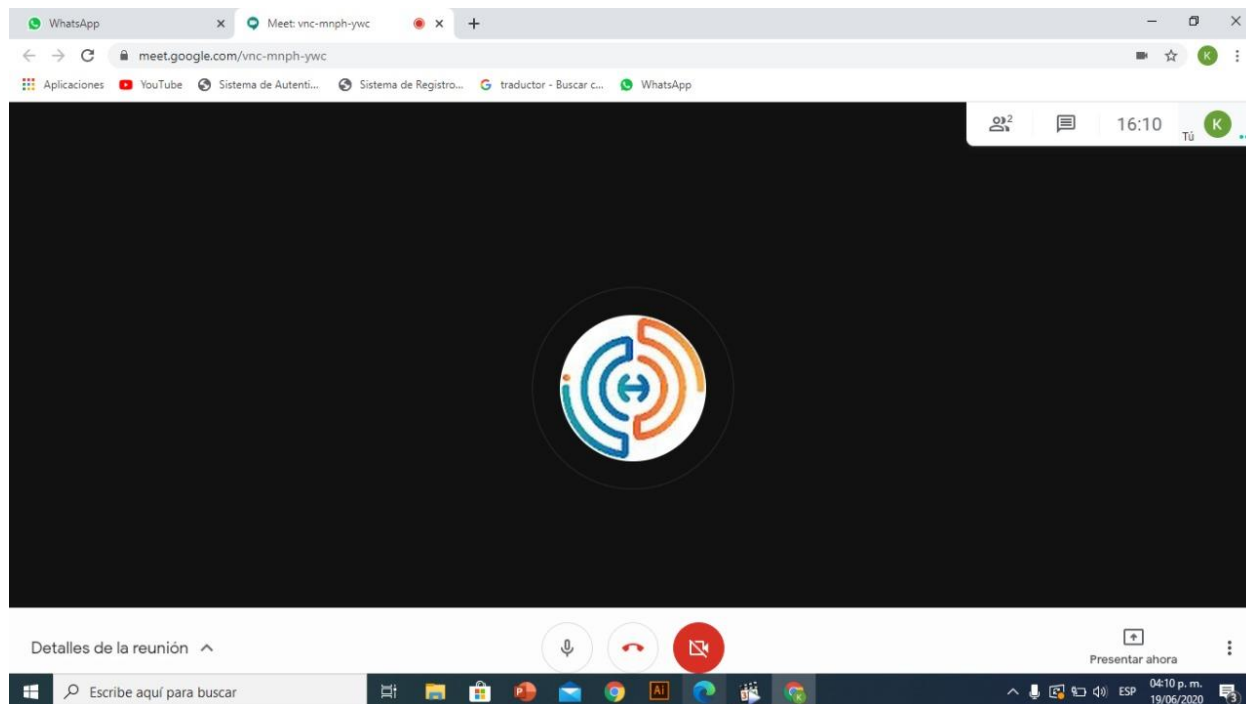


Ilustración 42. Videoconferencia con la licencia López

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Esta semana fue el inicio de partida de la realización de los afiches de Registro y Afiliación a la CCICH que fueron solicitados por parte de la licenciada Wendy Barahona del área Técnico Integración al Socio. Los lineamientos para estos pedidos se expusieron la semana anterior y para el afiche de Registro a la CCICH se estipuló que el tamaño del documento sería de 6x4 pulgadas, en la parte frontal la pregunta ¿Por qué debo registrarme?, el artículo 31 y en la parte trasera colocar los requisitos.

Al finalizar la semana, el alumno dio por concluido el afiche de Registro a la CCICH, quedando pendiente solamente el afiche de Afiliación a la CCICH para la próxima semana.

¿POR QUÉ DEBO REGISTRARME?

Artículo 31. -

La Secretaría de Estados en los Despachos de Industria y Comercio, previa a la notificación de la Cámara, impondrá al comerciante una multa equivalente hasta de diez (10) veces el valor de la cuota de inscripción que debe cubrir cuando éste, estando obligado a registrarse en la Cámara respectiva, no lo efectúe dentro de los tres (3) meses después de la fecha de su inscripción.

Los registros se renovarán obligatoriamente todos los años terminados en cero (0) y en cinco (5).

Las Alcaldías Municipales no autorizarán los permisos de operación a todo comerciante individual, persona natural o jurídica, que no se inscriba o renueve el Registro previamente en la Cámara respectiva de su municipio o departamento.

La Gaceta

CCICH
CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE CHOLOMA

PARA LOS QUE SE ATREVEN A HACER EMPRESA

Ilustración 43. Afiche de Registro parte frontal

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

REQUISITOS PARA REGISTRARSE

- ☉ Nombre del negocio
- ☉ Dirección exacta
- ☉ Número de teléfono (mínimo 2)
- ☉ Copia de ID del Propietario (del representante legal si es propiedad)
- ☉ Copia del RTN
- ☉ Copia de Escritura de Constitución del negocio o empresa
- ☉ Pagar los derechos de inscripción según las tarifas en la tabla vigente
- ☉ Pago de registro o inscripción calculado en base a capital máximo declarado en la escritura de constitución

Hasta	Capital	Cuota
	L 50,000	L 500
L 50,001	L 100,000	L 600
L 100,001	L 300,000	L 800
L 300,001	L 600,000	L 1,200
L 600,001	L 1,000,000	L 1,700
L 1,000,001	L 3,000,000	L 2,200
L 3,000,001	L 6,000,000	L 2,700
L 6,000,001	en adelante	L 3,200

Ilustración 44. Afiche de Registro parte trasera

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

6.9. SEMANA 9

En la penúltima semana de Proyecto de Graduación, el estudiante realizó numerosas actividades que se programaron con antelación con los diferentes equipos de trabajo.

El estudiante inició la semana trabajando en el afiche de Afiliación a la CCICH que estaba pendiente. En la reunión de la semana anterior, la licenciada Wendy Barahona del área de Técnico Integración al Socio expuso que el tamaño de dicho afiche sería de 6x4 pulgadas, en la parte frontal la pregunta ¿Por qué debo afiliarme?, los beneficios y los requisitos de afiliación en la parte trasera del afiche.



Ilustración 45. Afiche de Afiliación parte frontal

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

REQUISITOS PARA AFILIARSE

- ☉ Haberse registrado en la Cámara de Comercio
- ☉ Copia de RTN (Representante legal/Propietario)
- ☉ Croquis de ubicación de la empresa
- ☉ Copia de la Escritura de la Constitución
- ☉ Llenar y firmar solicitud de afiliación
- ☉ Aceptada la afiliación del miembro, éste deberá pagar las cuotas que la Cámara señale, según la siguiente tabla

Hasta	Capital	Cuota
L 50,000	L 100,000	L 250
L 100,000	L 300,000	L 400
L 300,000	L 600,000	L 500
L 600,000	L 1,000,000	L 600
L 1,000,000	en adelante	L 700

Ilustración 46. Afiche de Afiliación parte trasera

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Por parte del área de Núcleos Sectoriales, la licenciada Solanlly López solicitó al estudiante una reunión para discutir sobre el rediseño del Manual de trabajo con Núcleos para el consejero y el Manual de actividades con Núcleos. Dicha reunión se llevó a cabo en el transcurso de la semana y se discutieron las directrices y lineamientos a tomar en cuenta para la realización de los manuales.

6.10. SEMANA 10

La última semana del Proyecto de Graduación fue una de las semanas con más actividades y fue dedicada a la finalización de los últimos trabajos asignados por los diferentes equipos de trabajo de la CCICH en conjunto con el estudiante.

El estudiante continuó e hizo entrega del Manual de trabajo con Núcleos para el consejero y el Manual de Actividades con Núcleos, ambos asignados por el área de Núcleos Sectoriales.



Ilustración 47. Portada Manual de trabajo con Núcleos para el consejero

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

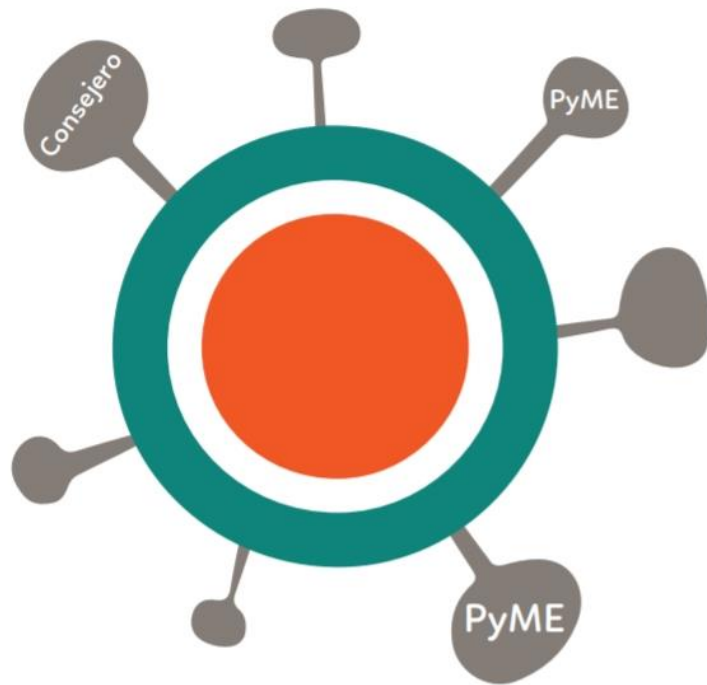


cainco



AL-Invest 50 

Manual de Actividades con Núcleos



CCICHA
CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE CHOLOMA

Ilustración 48. Portada Manual de trabajo con Núcleos para el consejero

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

Para el área de Técnico Integración al Socio, el estudiante diseñó 3 diferentes plantillas:

- Plantilla de bienvenida a nuevos socios
- Plantilla para publicar capacitaciones
- Plantilla para socios que están prestando el servicio de entregas a domicilio



Ilustración 49. Plantilla de bienvenida a nuevos socios

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Ilustración 50. Plantilla para capacitaciones

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Ilustración 51. Plantilla de socios que están prestando el servicio de entregas a domicilio

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

El último trabajo realizado por parte del estudiante, fue el rediseño del Código de Conducta y Ética Empresarial. El estudiante inició este trabajo la semana anterior y continuó trabajando esta semana para entregarla en tiempo y forma al área de Recursos Humanos. Los lineamientos para este trabajo fueron expuestos por la licenciada Yolibeth Suazo, quien recalcó la importancia de seguir la línea gráfica de la CCICH así como en los manuales que el estudiante entregó en semanas anteriores.

Actuar de Manera Responsable con Honestidad e Integridad

2. Integridad en los registros

La veracidad y la confiabilidad de los registros son de suma importancia en el proceso de la toma de decisiones, por lo que los recibos, cuentas de gastos, informes financieros, y cualquier otro informe debe prepararse con cuidado y honestidad. Todo tipo de informe contable o no, que sean falsos o engañosos son ilegales y están prohibidos.

Pregunta: Un afiliado de mucho tiempo me pidió que le diera una constancia para ayudarlo con un trámite que necesitaba. Nunca me habían pedido que lo hiciera y dice que solo será esta vez ¿Qué puedo hacer?

Respuesta: No debe alterar la constancia. Una constancia debe reflejar los hechos reales. Debe discutir el pedido de este afiliado con su jefe inmediato ya que la CCICH tiene establecidos los motivos por los cuales se entrega una constancia a los afiliados.

3. Fraude u otra conducta delictiva

Nos comprometemos a actuar con integridad. La CCICH no tolerará el fraude, deshonestidad o conductas delictivas de ningún tipo. Los empleados o directivos que sospechen que haya ocurrido un acto fraudulento o delictivo deben informar de inmediato a un jefe inmediato, director ejecutivo o Fiscal de la Junta Directiva, o también pueden hacer su denuncia a través del buzón de sugerencias.

8

Ilustración 52. Página 8 del Código de Conducta y Ética Empresarial

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

VII. PROPUESTAS DE MEJORA

Una propuesta de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento y cada Proyecto de Graduación tiene consigo una propuesta de mejora cuyo objetivo es identificar las áreas de mejora y detectar las principales causas del problema para la solución del mismo.

7.1. ACTUALIZACIÓN DE DISPOSITIVO DE IMPRESIÓN Y DOCUMENTOS IMPRESOS

En una de las reuniones con la licenciada Wendy Barahona del área Técnico Integración al Socio, se discutió sobre las próximas actividades que el estudiante iba a llevar a cabo en conjunto con la licenciada Barahona. Uno de los trabajos próximos a realizar era la creación de un afiche para Registro y otro afiche para la Afiliación a la CCICH.

En dicha reunión, el estudiante le consultó a la licenciada Barahona en qué material se imprimen los boletines informativos, afiches de Registro y Afiliación y demás documentos oficiales de la CCICH. La licenciada expuso que los documentos que ella genera para la organización los imprime desde su hogar y otros en la CCICH en hojas de papel bond.

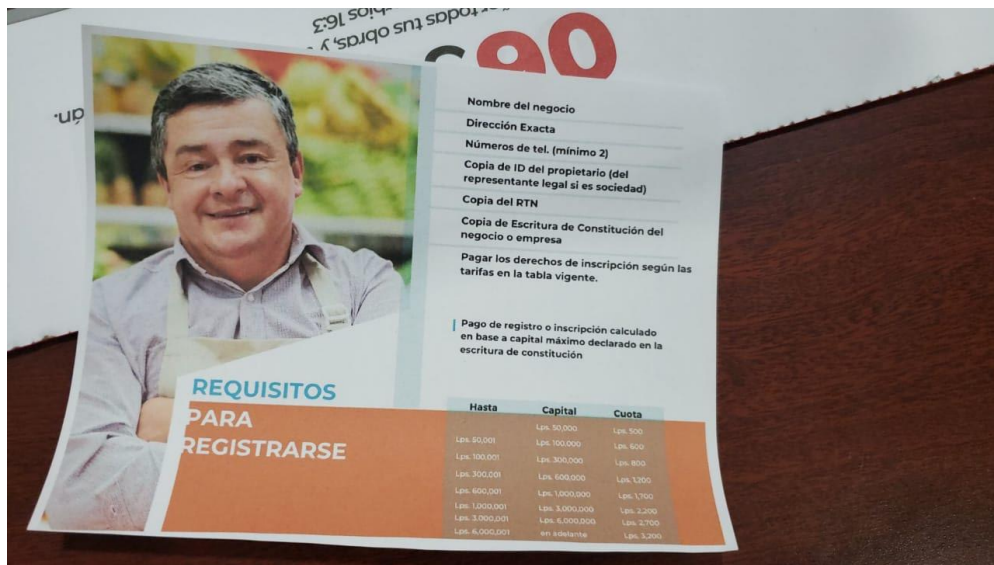


Ilustración 53. Afiche de impresión actual de Registro a la CCICH

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

El estudiante también platicó sobre los documentos de impresión de la CCICH con la licenciada Solanlly López, ella expuso que la mayoría de documentos que realiza los imprime en papel bond y en algunos casos como diplomas, certificados y otros documentos más formales, los imprime en la impresora de la CCICH utilizando material de cartoncillo o papel fotográfico. La licenciada López comentó que el dispositivo de impresión es una impresora deteriorada y no muy potente, esto genera que algunos documentos tarden en imprimirse o se impriman en baja calidad y tengan que imprimirse en otras empresas dedicadas al rubro.

Ante dicha situación, el estudiante sugirió a la organización que invirtiera en un dispositivo de impresión nuevo, más potente, de mejor calidad y también en papelería más confortable para que los próximos artes impresos, específicamente los que se entregan a clientes o público en general, sean más interactivos, utilizando material de mejor calidad.



Ilustración 54. Certificado impreso de la CCICH

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

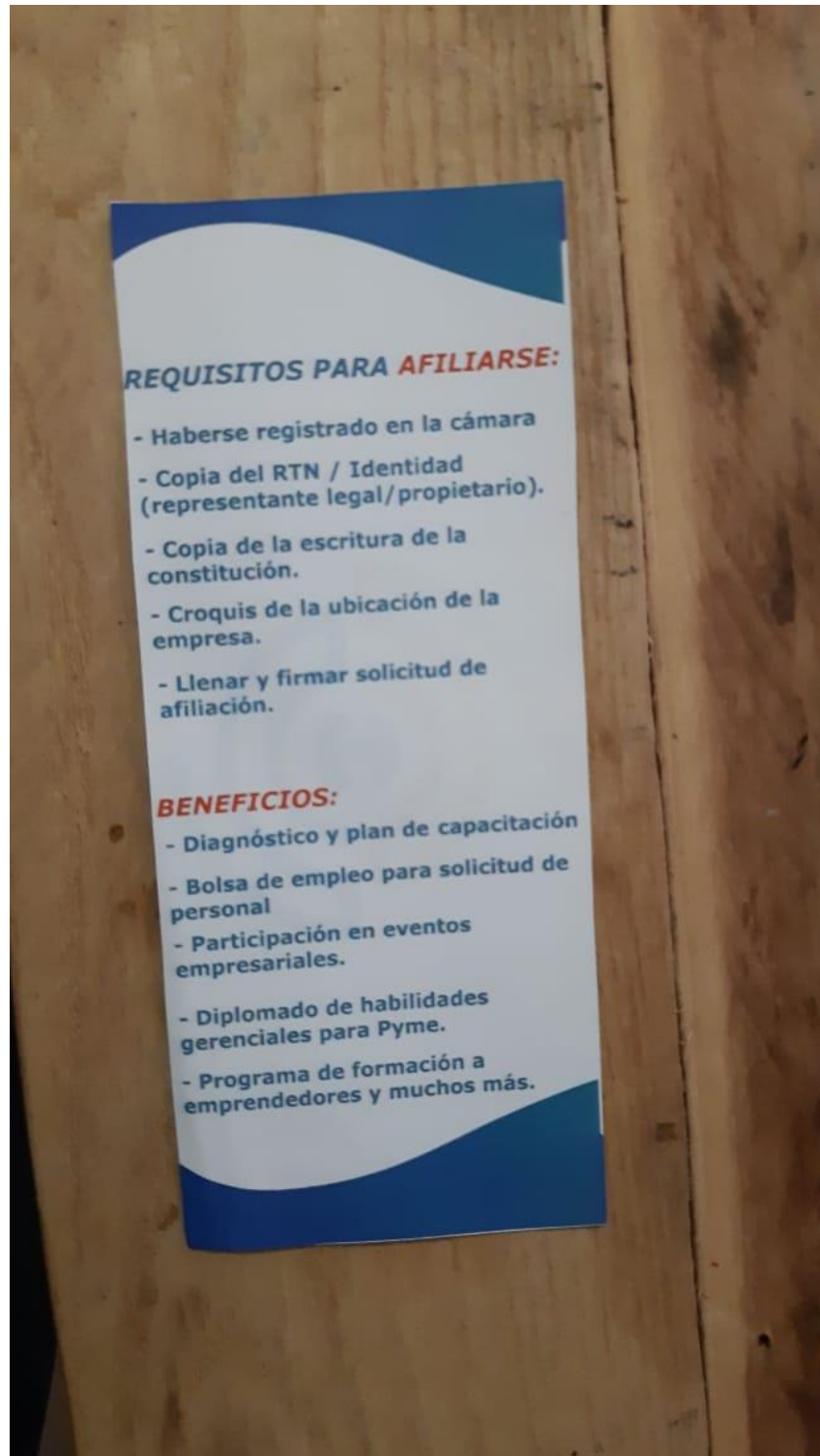


Ilustración 55. Afiche de Afiliación a la CCICH

Fuente: (Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, 2020)

La investigación del dispositivo de impresión y papelería por parte del estudiante se llevó a cabo en diferentes empresas dedicadas a la venta de suministros de oficina. La selección del dispositivo se llevó a cabo tomando en cuenta los documentos que se imprimen en la CCICH y el estudiante llegó a la conclusión de sugerir una multifuncional de la marca Canon, impresora que se adapta muy bien a las computadoras portátiles de la marca HP que posee la CCICH.



Ilustración 56. Impresora multifuncional y su precio

Fuente: (Office Depot, 2020)

La multifuncional Canon G3110 es capaz de imprimir y escanear de forma inalámbrica desde cualquier computadora habilitada con Wi-Fi. La impresora combina tintas a base de tintes para obtener colores vivos y tinta negra a base de pigmentos para lograr la nitidez del texto. Las botellas de tinta de alto rendimiento ofrecen una alta productividad con un costo bajo de operación por página. La máxima resolución en color, de 4800 x 1200 dpi, produce calidad y detalles increíbles.





 <p>PAPEL OPALINA 230GR OFICIO PAQ. 50 HOJAS</p> <p>L329.00</p> <p> Envío Gratis*</p>	 <p>PAPEL FOTOGRAFICO BRILLANTE T/C</p> <p>L179.00</p> <p> Envío Gratis*</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ilustración 57. Papelería de alta calidad y su precio parte 1

Fuente: (Office Depot, 2020)





 <p>PAPEL PREMIUM OD T/C RESMA 75G</p> <p>L90.00</p> <p> Envío Gratis*</p>	 <p>HOJA CARTA BLANCO PIEDRA 90G P/25 T/C</p> <p>L125.00</p> <p> Envío Gratis*</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ilustración 58. Papelería de alta calidad y su precio parte 2

Fuente: (Office Depot, 2020)

7.2. CAPACITACIÓN A MIEMBROS DE LA CCICH SOBRE CONSEJOS PARA UNA BUENA MAQUETACIÓN/DIAGRAMACIÓN DE ELEMENTOS

Los miembros de las áreas de Recursos Humanos, Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma constantemente reciben solicitudes de sus superiores para la creación de comunicados internos, afiches publicitarios, videos publicitarios, boletines informativos, artes sobre celebraciones, plantillas de bienvenida, etc. A pesar de la poca experiencia que ellos poseen en el tema de diseño, se apoyan en programas básicos como Microsoft Word, Power Point y sitios web de herramientas de diseño gráfico como Canva.

Algunos miembros expusieron al estudiante que reciben ayuda de familiares cercanos y otros viendo tutoriales en Youtube. Sin embargo, cuando las solicitudes son más formales o serias, la CCICH se encarga de contratar profesionales de diseño gráfico ya que no cuentan con personal de esta área y últimamente han recurrido a contratar practicantes para que ellos se encarguen de dichas solicitudes.

Como parte opcional y pensando en el futuro de la CCICH, el estudiante sugirió capacitar a la licenciada Wendy Barahona y a la licenciada Solanlly López sobre consejos para una buena maquetación o diagramación de elementos, debido a que el estudiante, a lo largo del tiempo que estuvo colaborando en la organización, observó que ellas 2 son las empleadas que más reciben solicitudes editoriales y artes variadas.

El alumno solicitó a la organización que en la octava semana de trabajo se realizara la capacitación. Dicha capacitación no pudo realizarse debido a que se contaba con poca disponibilidad de parte de las empleadas.

La capacitación se pospuso para la siguiente semana, pero lastimosamente la licenciada Barahona no estuvo presente debido a problemas personales, solamente pudo recibir la capacitación la licenciada López.

La capacitación se desarrolló un día de semana y solamente duró 2 horas debido al poco tiempo que faltaba para el término de periodo de Proyecto de Graduación. Por medio de la aplicación Zoom y el programa de Adobe Illustrator, el estudiante enseñó lo necesario para una buena

visualización y maquetación de elementos como el texto e imágenes. La capacitación empezó con el estudiante explicando la importancia de respetar los márgenes de las páginas y así diagramar correctamente los textos e imágenes. Se tomó en cuenta la importancia de los boletines informativos debido a que estos documentos son unos de los más requeridos ya que se realizan mes a mes, haciendo énfasis en la fórmula para establecer el tamaño ideal del texto ($W+H/2 = TTX$) y la fórmula para establecer el número de columnas ($W/LT = TNC$).

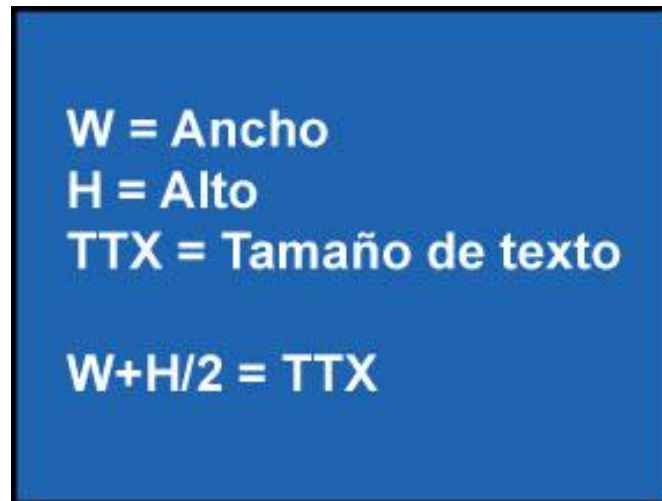


Ilustración 59. Fórmula para establecer el tamaño ideal del texto

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

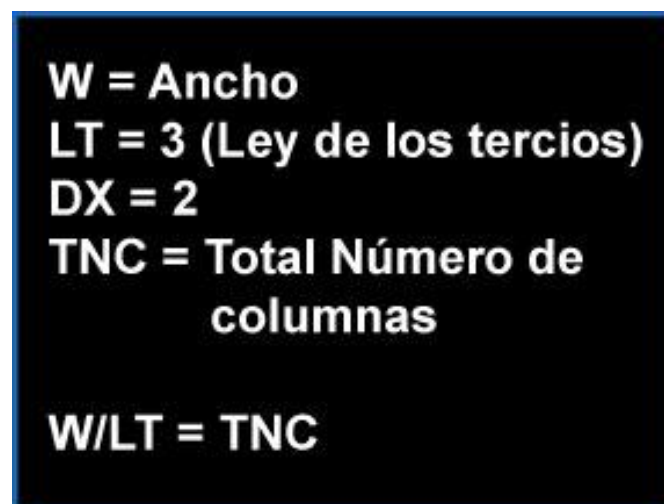


Ilustración 60. Fórmula para establecer el número de columnas

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

También, el estudiante explicó un poco sobre la suma importancia de respetar la línea gráfica de una empresa u organización, la combinación de texto e imágenes, el uso de texto con fondos, cuando se debe utilizar texto justificado y el uso correcto para imágenes que desean agregar o descargar de internet.

La licenciada López comentó que normalmente ella realiza la mayoría de sus diseños en Canva, pero expuso que algunas veces requieren del uso de edición de imágenes y busca aplicaciones en su teléfono para trabajar en ellas.

Ante esta situación, el estudiante comentó sobre algunos programas de Adobe que son utilizados normalmente para los trabajos que se solicitan en la CCICH. Entre ellos mencionó Adobe Illustrator, que es fundamental para creación de vectores, Adobe Photoshop que se utiliza normalmente para edición de imágenes, After Effects para la creación de efectos en videos y el programa de Adobe InDesign que es uno de los más utilizados y preferidos por diseñadores para la maquetación de elementos editoriales.

El estudiante investigó sobre planes y precios que Creative Cloud ofrece en paquetes individuales y completos, esto para que la CCICH en un futuro se interese en invertir en estos programas y capacitar a todo el personal que requiera de este tipo de trabajos de edición. Dicha investigación se realizó tomando en cuenta que la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), como miembro de Laureate International Universities, la red de universidades privadas más grande del mundo, no promueve la piratería de software o más bien el uso ilegal de software sin contar con la respectiva licencia, lo cual corresponde a algunas situaciones como copiar e instalar un software adquirido en más de un computador personal o comprar copias no autorizadas de software.

ARTÍCULO 156.- La Oficina Administrativa sancionará con multa de diez (10) a doscientos (200) salarios mínimos, de acuerdo a la gravedad de la infracción, a los responsables de las violaciones del derecho de autor y derechos conexos establecidos en esta Ley o a las asociaciones de gestión colectiva.

En caso de reincidencia se aplicará el doble de la multa impuesta, y además se sancionará con la suspensión temporal o cancelación definitiva del permiso concedido para operar por medio de la autoridad correspondiente, en aquellos casos en que el permiso sea requerido. El monto de la multa se aplicará dependiendo de la gravedad de la infracción y la capacidad económica del infractor.

En ningún caso, los dependientes, comisionistas o cualquier otra persona que desempeñe una actividad laboral de cualquier clase, bajo remuneración, para la persona que realice actos de violación de los derechos de autor, será responsable de tales actos, ni siquiera en forma subsidiaria.

Ilustración 61. Artículo 156 de los Derechos de Propiedad Intelectual

Fuente: (SICE, 2020)

Creative Cloud para equipos

Consigue aplicaciones como Photoshop, Illustrator y Acrobat para tu organización o departamento, además de una consola de gestión de licencias de uso sencillo y sincronización instantánea de activos en todos los dispositivos.

Todas las aplicaciones

69,99€/mes

por licencia (sin IVA)

Aplicación única

29,99€/mes

por licencia (sin IVA)

- La aplicación creativa de escritorio que elijas o la colección completa con más de 20 aplicaciones
- Sitio web de equipo, fuentes de gran calidad y 100 GB de almacenamiento en la nube para la colaboración
- Asistencia técnica exclusiva ininterrumpida

[Selecciona tus planes](#)

Ilustración 62. Planes y precios de Creative Cloud

Fuente: (Adobe, 2020)

Tabla 11. Conversión de Euros a Lempiras de los planes y precios de Creative Cloud

Plan	Precio en Euros	Conversión a Lempiras
Todas las aplicaciones	69.99/mes Por licencia (sin IVA)	L 1,876.4599
Aplicación única	29.99/mes Por licencia (sin IVA)	L 804.0439

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Ilustración 63. Capacitación por medio de Zoom

Fuente: (Kevin D. González, 2020)

VIII. CONCLUSIONES

Las conclusiones se crean como respuesta final encontrada según los objetivos planteados para la realización del Proyecto de Graduación.

- Se diseñaron materiales gráficos, en específico manuales, plantillas, afiches y contenido audiovisual para las áreas de Recursos Humanos, Técnico Integración al Socio, Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales, generando una buena percepción de comunicación gráfica de la organización y algunos de ellos publicados en las diferentes redes sociales de la CCICH.
- Se propuso un mejor desarrollo en la comunicación visual con la implementación de la línea gráfica en cada una de las diferentes actividades solicitadas por las áreas de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma durante las 10 semanas de duración del proyecto.
- Se realizó la capacitación sobre consejos para una buena maquetación de elementos a una de las miembros perteneciente a las áreas de Ruta Pyme y Núcleos Sectoriales utilizando técnicas, conocimiento y herramientas de diseño gráfico para que en el futuro pueda plasmar adecuadamente la línea gráfica en los trabajos que requiera diseño.

IX. APLICABILIDAD

La sección de aplicabilidad trata sobre lo viable que es el proyecto de graduación al momento de aplicarlo en la vida real o en la situación para la cual fue desarrollado.

El Proyecto de graduación es de carácter vinculativo, pues se cuenta con un cliente, siendo este la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma.

Cada una de las actividades realizadas por el estudiante a lo largo de las 10 semanas de Proyecto de Graduación pueden ser aplicables de forma inmediata ya que los documentos realizados en el proceso se encuentran en archivos editables de diferentes programas y en distintos archivos de imágenes como ser JPEG y PNG.

9.1. COSTOS Y PRECIOS

Los costos y precios se basan en la cotización del mercado actual. A continuación, se muestran los trabajos elaborados durante el periodo del Proyecto de graduación, así como el costo de cada uno y ya sumados los costos intangibles, tomando en cuenta los conocimientos de la agencia de marketing y publicidad Global Dreams y la trabajadora autónoma Andrea Paola Paz Argueta, licenciada en Diseño Gráfico con enfoque a la dirección de artes de redes sociales y pauta publicitaria. El estudiante, vía llamada telefónica y correo electrónico, se encargó de cotizar cada una de las actividades realizadas del proyecto.

Actividad	Precio de diseño
Manual de Inducción	L 360
Código de Vestimenta	L 900
Manual de Bioseguridad	L 1,230
Manual de trabajo con Núcleos para el consejero	L 2,760
Manual de Actividades con Núcleos	L 1,290
Código de Conducta y Ética Empresarial	L 300
Afiche de Registro	L 400
Afiche de Afiliación	L 400
Afiche día del periodista	L 300

Boletín informativo	L 400
Plantilla para comunicados internos	L 100
Plantilla para publicar capacitaciones	L 100
Plantilla de bienvenida a nuevos socios	L 100
Plantilla para Socios que prestan el servicio de entregas a domicilio	L 100
Video publicitario Ruta Pyme	L 2,500
Video publicitario Núcleos	L 2,500

Tabla 12. Cotización de la Lic. Andrea Paz

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



CREACIÓN DE DISEÑOS	COSTO
• MANUAL DE INDUCCIÓN	L 1,700.00
• CODIGO DE VESTIMENTA	L 2,500.00
• MANUAL DE BIOSEGURIDAD	L 3,500.00
• MANUAL DE TRABAJO CON NUCLEOS	L 4,500.00
• MANUAL DE ACTIVIDADES CON NUCLEOS	L 3,500.00
• CODIGO DE CONDUCTA Y ETICA	L 1,500.00
• AFICHE DE AFILIACIÓN	L 450.00
• AFICHE DE REGISTRO	L 450.00
• AFICHE DÍA DEL PERIODISTA	L 350.00
• BOLETIN INFORMATIVO	L 650.00
• PLANTILLA COMUNICADOS INTERNOS	L 250.00
• PLANTILLA CAPACITACIONES	L 250.00
• PLANTILLA NUEVOS SOCIOS	L 250.00
• PLANTILLA SOCIOS CON SERVICIO A DOMICILIO	L 250.00
• VIDEO PUBLICITARIO RUTA PYME	L 6,000.00
• VIDEO PUBLICITARIO NUCLEOS	L 6,000.00
SUBTOTAL	L 32,100.00
ISV	L 4,815.00
TOTAL	L 36,915.00



GLOBAL DREAMS
Publicidad & Marketing

Ilustración 64. Cotización de Global Dreams parte 1

Fuente: (Global Dreams, 2020)



IMPRESIONES	COSTO
• MANUAL DE INDUCCIÓN	L 209.00
• CODIGO DE VESTIMENTA	L 425.00
• MANUAL DE BIOSEGURIDAD	L 557.00
• MANUAL DE TRABAJO CON NUCLEOS	L 1,169.00
• MANUAL DE ACTIVIDADES CON NUCLEOS	L 581.00
• CODIGO DE CONDUCTA Y ETICA	L 185.00
• AFICHE DE AFILIACIÓN	L 14.00
• AFICHE DE REGISTRO	L 14.00
• AFICHE DÍA DEL PERIODISTA	L 14.00
• BOLETIN INFORMATIVO	L 36.00
• PLANTILLA COMUNICADOS INTERNOS	L 48.00
• PLANTILLA CAPACITACIONES	L 48.00
• PLANTILLA NUEVOS SOCIOS	L 48.00
• PLANTILLA SOCIOS CON SERVICIO A DOMICILIO	L 48.00

SUBTOTAL	L 3,396.00
ISV	L 509.40
TOTAL	L 3,905.40



GLOBAL DREAMS
Publicidad & Marketing

Ilustración 65. Cotización de Global Dreams parte 2

Fuente: (Global Dreams, 2020)

X. RECOMENDACIONES

Este apartado tiene como objetivo plantear sugerencias a tomar en cuenta en el futuro para mejorar el proceso de la realización del proyecto de graduación, así como planteamientos de mejora para la empresa, institución u organización a la cual se le realizó el proyecto.

10.1. RECOMENDACIONES A LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CHOLOMA

Para la CCICH se le recomienda lo siguiente:

- Tener en cuenta la importancia que es tener a un diseñador gráfico para apoyar constantemente a las diferentes áreas de la organización que soliciten trabajos de diseño.
- Tener en cuenta la importancia de tener presencia en redes sociales para incrementar el alcance de la CCICH.
- Implementar el uso de los diferentes manuales administrativos que posee la organización porque sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de la CCICH. La única forma de establecerse como una organización consistente es respetando los lineamientos en las cuales se basa.

10.2. RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD

- Impartir más talleres de diseño gráfico basados en los principales programas gráficos que se utilizan en la actualidad y que no solamente sean programas de Adobe. Los programas gráficos son herramientas fundamentales para el diseñador, interviniendo en la mayor parte de las fases de creación gráfica, desde el escaneado de un documento o la creación directa de un nuevo gráfico hasta el almacenamiento de la imagen digital resultante en el formato gráfico más adecuado.
- Es de suma importancia que se impartan más clases de dibujo y bocetaje. Los diseñadores gráficos son profesionales que hacen transmitir un mensaje a través de la imagen, por lo que tienen que hacer una composición coherente y jugar con los estilos, los colores, las líneas, las formas, los materiales, las fuentes, etc. Todo esto requiere habilidades creativas y un desarrollado sentido de la estética y la imaginación.

- Motivar a los estudiantes de diseño gráfico a crear un portafolio creativo de manera digital, ya que en este documento se presentan las obras realizadas a lo largo de la experiencia estudiantil, reflejando en cada trabajo la creatividad, estilo, gusto y habilidades del estudiante.

10.3. RECOMENDACIONES A LOS ALUMNOS

- Es importante establecer objetivos semanales para la realización de la tesis y la realización del proyecto. Esto es para poder llevar un proceso y desarrollo efectivo del mismo.
- Todo conocimiento adquirido en la universidad es fundamental para el aprendizaje, sin embargo, es esencial no ignorar cualquier aprendizaje obtenido fuera de la misma. El internet es una herramienta potente en la actualidad que si se utiliza correctamente puede explotar diferentes áreas de interés personal. Hoy en día, esta es la manera de obtener conocimientos fácilmente.
- Consultar constantemente al docente si se tienen dudas en clases. Hacer preguntas es de vital importancia y por tanto saber preguntar también, es necesario hacer preguntas que puedan abrir posibilidades de nuevos saberes.

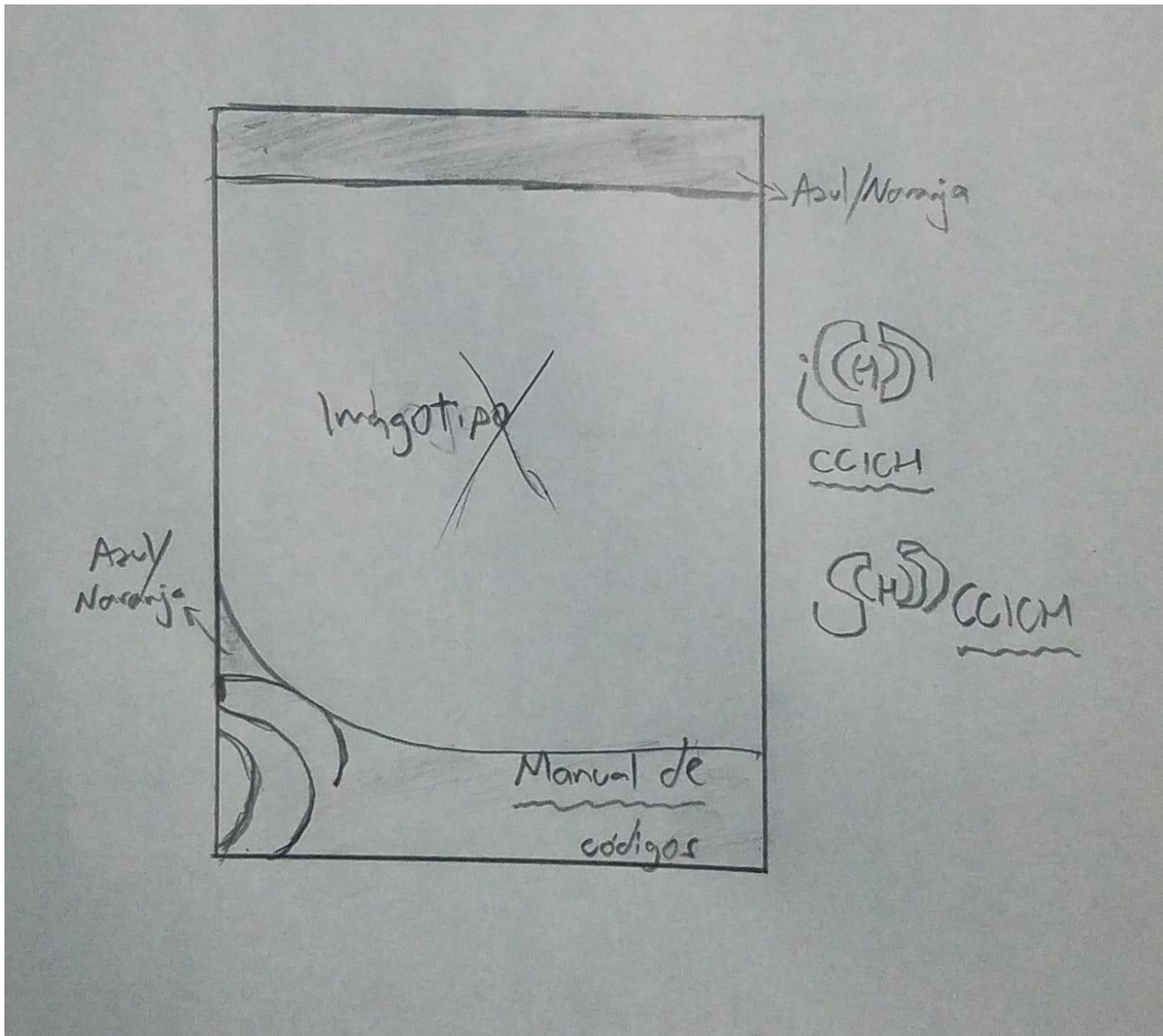
BIBLIOGRAFÍA

- Alcázar Jiménez, N., & e-libro, C. (2014). Definición y diseño de productos editoriales (UF1904). IC Editorial.
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). Diseño editorial: Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales. <https://www.overdrive.com/search?q=68B3310E-9A94-4604-BECA-DA0D65CC77AA>
- Cámara de Comercio e Industrias de Choloma. (s. f.). Recuperado de <http://www.ccich.org/site/>
- Familias tipográficas | 17centímetros. (s. f.). Recuperado de <http://www.17centimetros.com/index.php/about/familias-tipograficas/>
- Quiénes somos | ICC Spain. (s. f.). Recuperado de <http://www.iccspain.org/icc/quienes-somos/>
- Reseña Histórica. (s. f.). Recuperado de <http://www.fedecamarahn.org/fv3/index.php/fedecamara/resena-historica>
- Torres Rojas, Á. (2014). Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos. IC Editorial. <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4499212>
- García Llorente, J. (2014). Manual. Editorial CEP, Recuperado de <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4508041>
- Google Maps. (2020). Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/C%C3%A1mara+de+Comercio+e+Industrias+de+Choloma/@15.6044298,->

87.9567817,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8f664f3f878c536d:0xb2198fafcfabd397!8m2!3d15.6044246!4d-87.954593

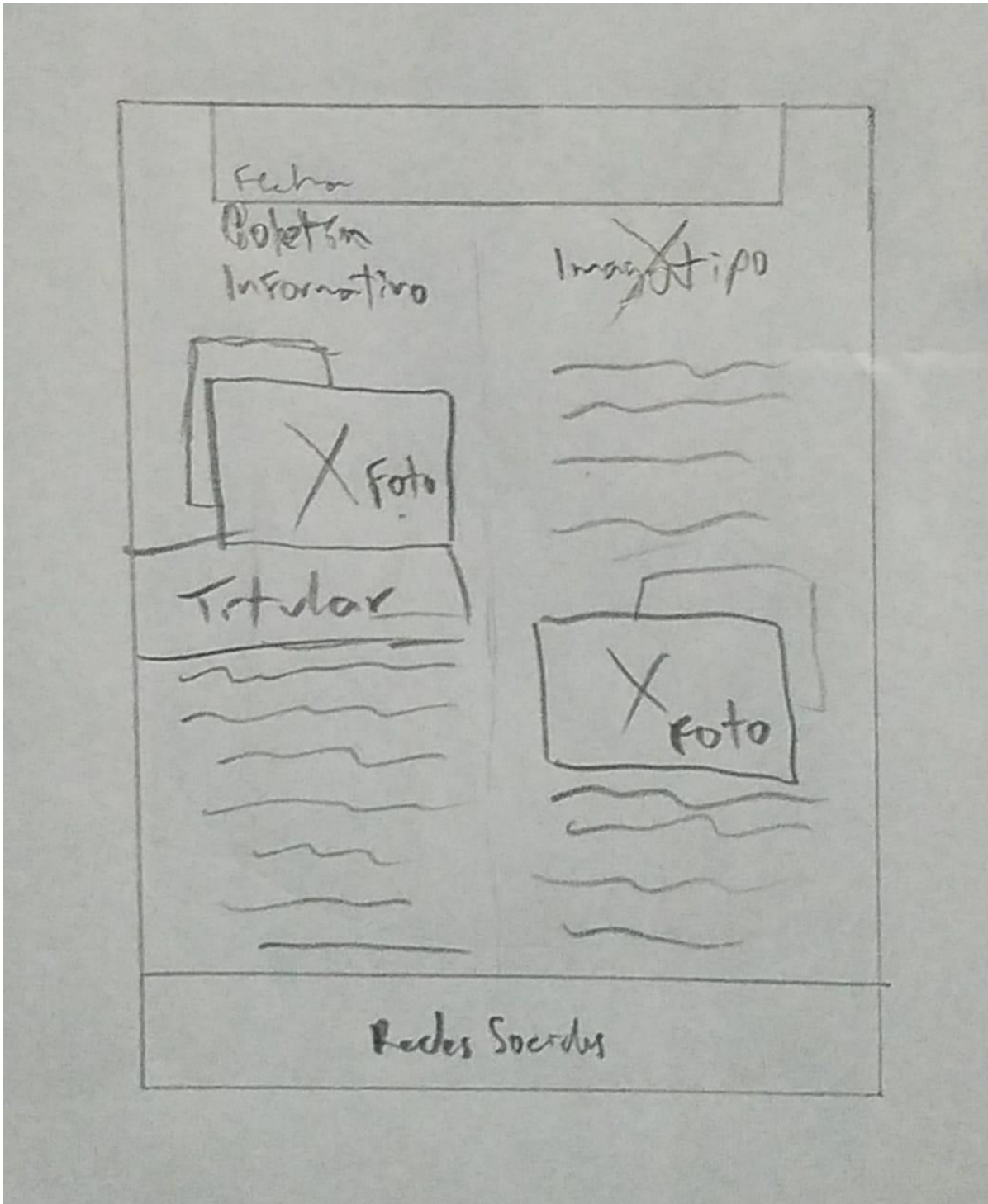
- Ferreira, N. M. (2020). Oberlo. Recuperado de <https://www.oberlo.es/blog/psicologia-del-color-significados-del-color>
- Stefanelli, E. (2020). *Eduardo J. Stefanelli*. Obtenido de Multimedia – Texto Básico: <https://www.stefanelli.eng.br/es/multimedia-texto-basico/>

ANEXOS



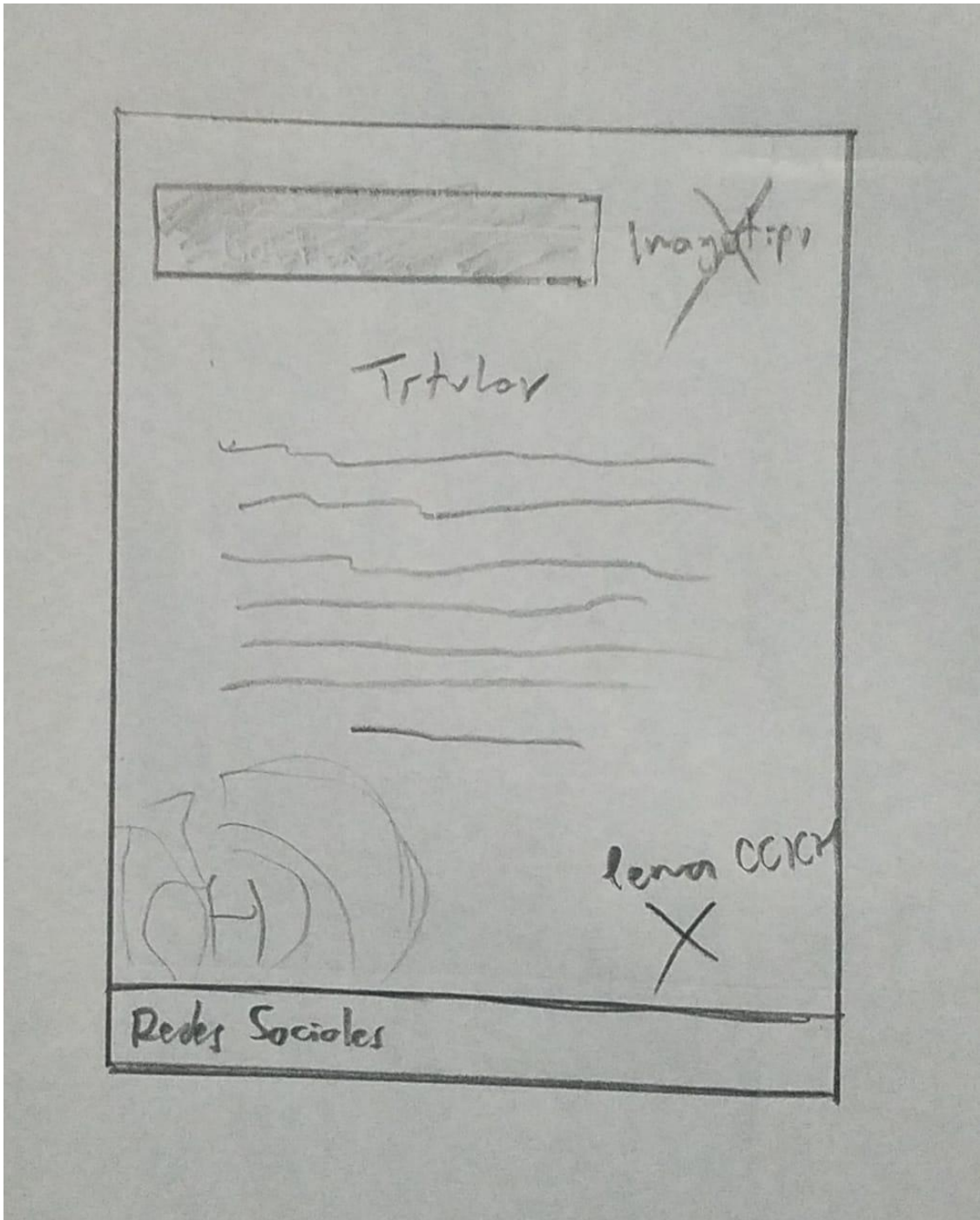
Anexo 1. Boceto de portadas de manuales

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



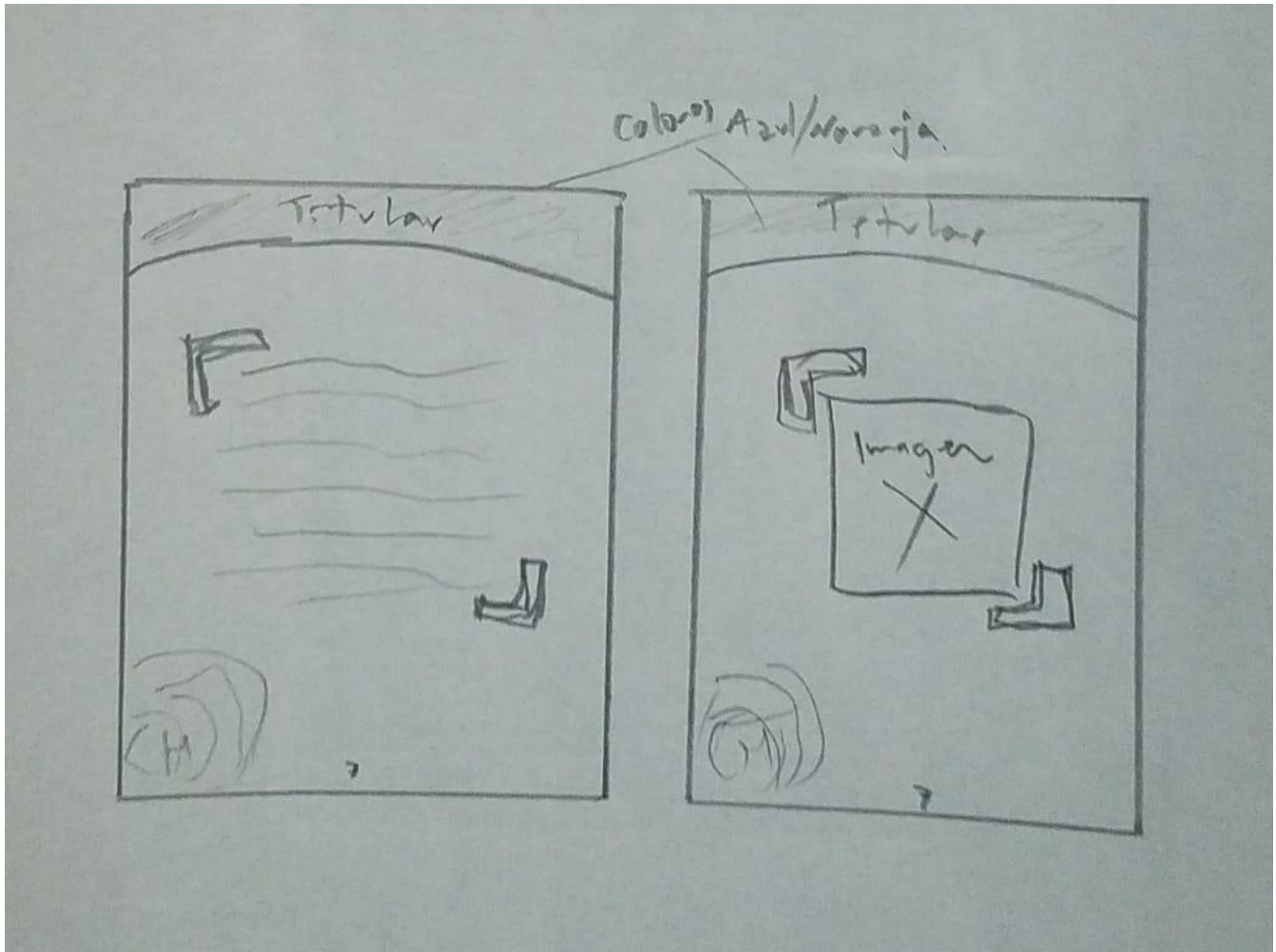
Anexo 2. Boceto de Boletín Informativo

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Anexo 3. Boceto de plantilla para comunicados

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Anexo 4. Boceto de elementos interiores de manuales

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Anexo 5. Vista de Manual de Inducción en Adobe Illustrator

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



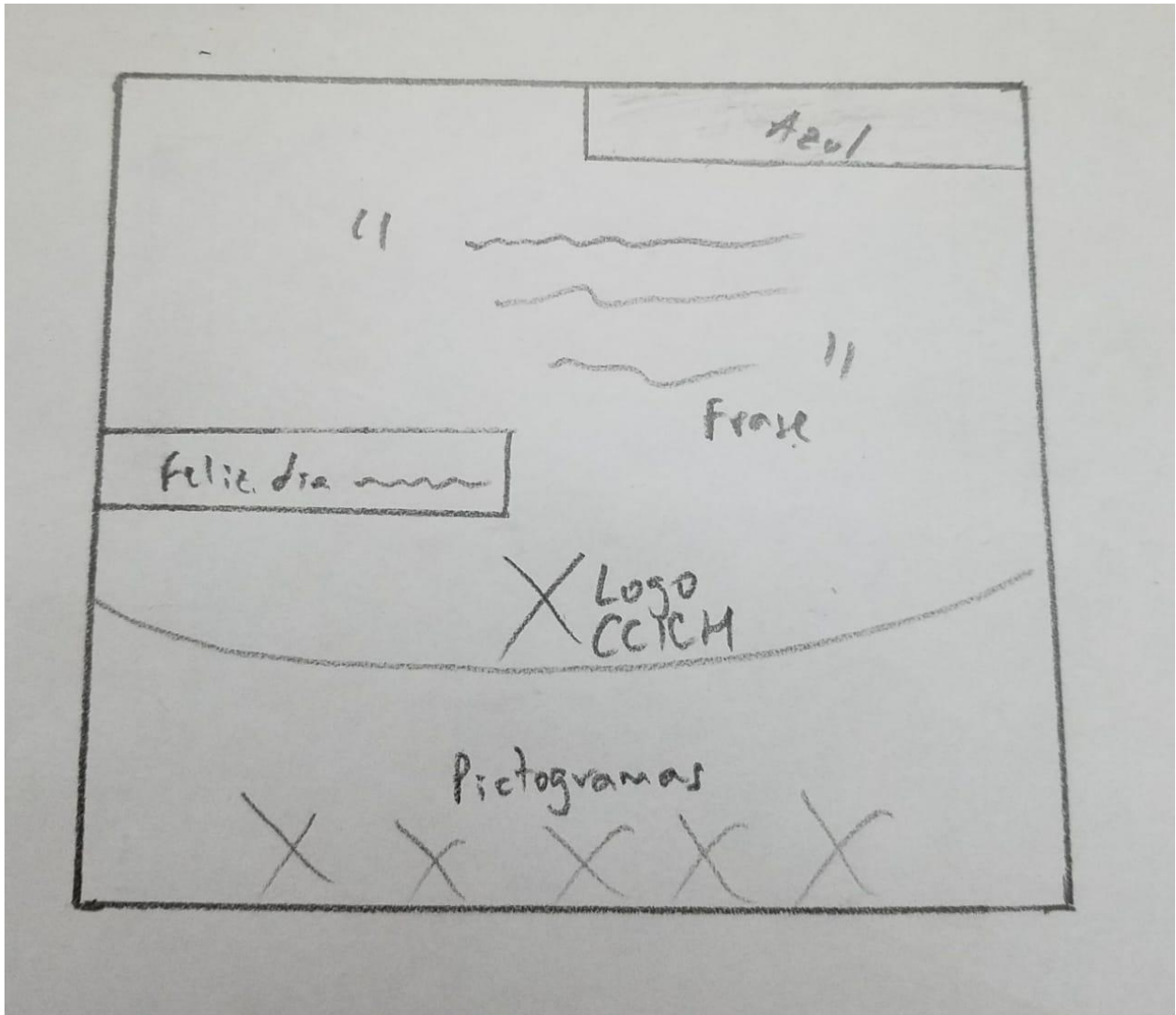
Anexo 6. Vista de Código de Vestimenta en Adobe Illustrator parte 1

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



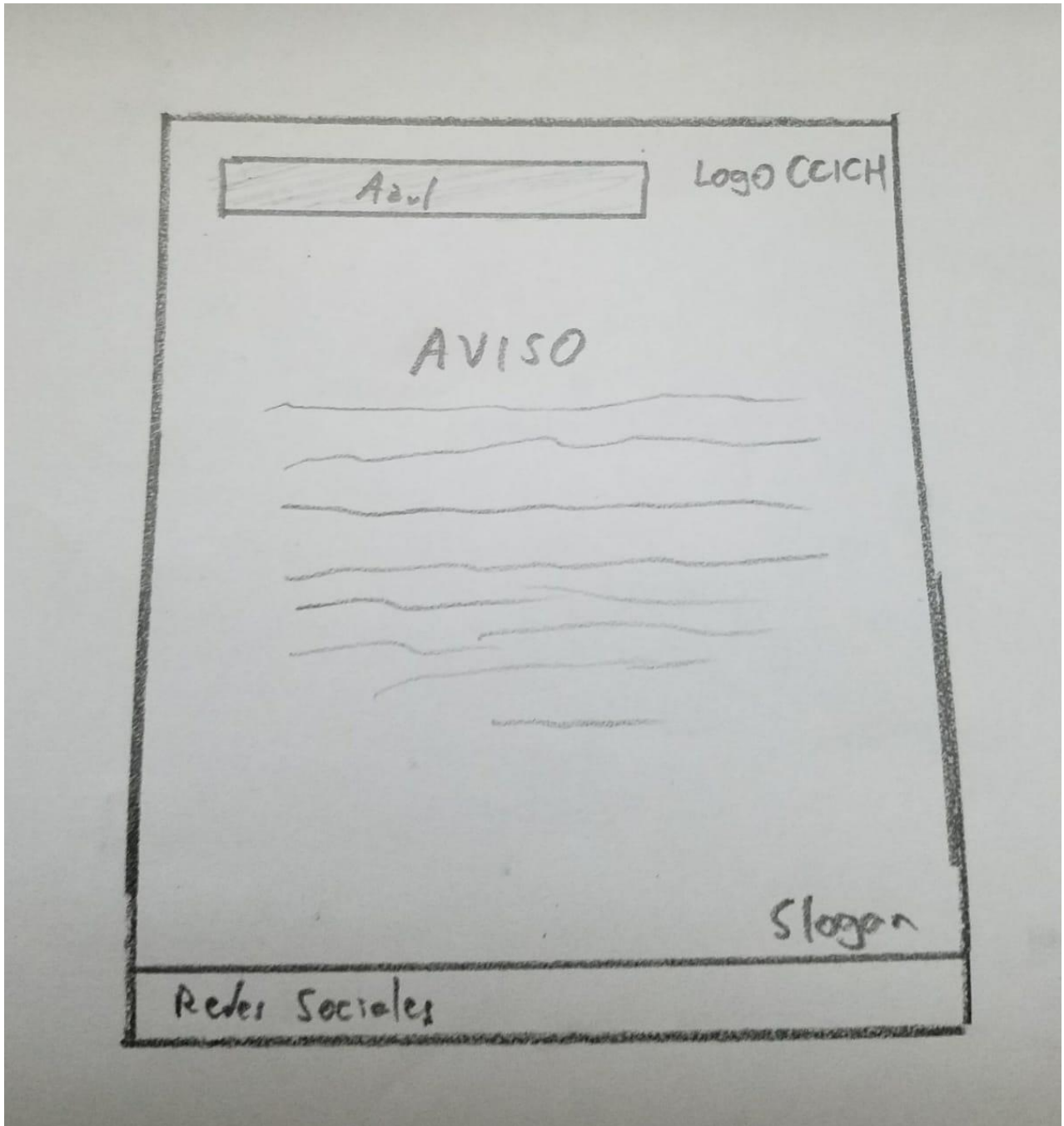
Anexo 8. Vista de Boletín Informativo de mayo en Adobe InDesign

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



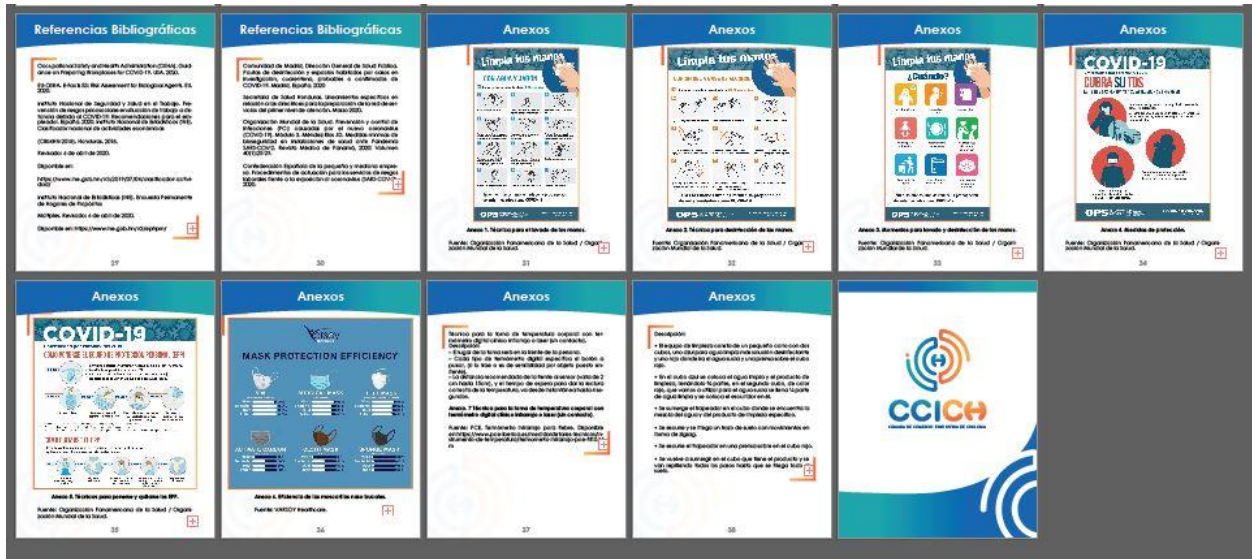
Anexo 9. Boceto día del periodista

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



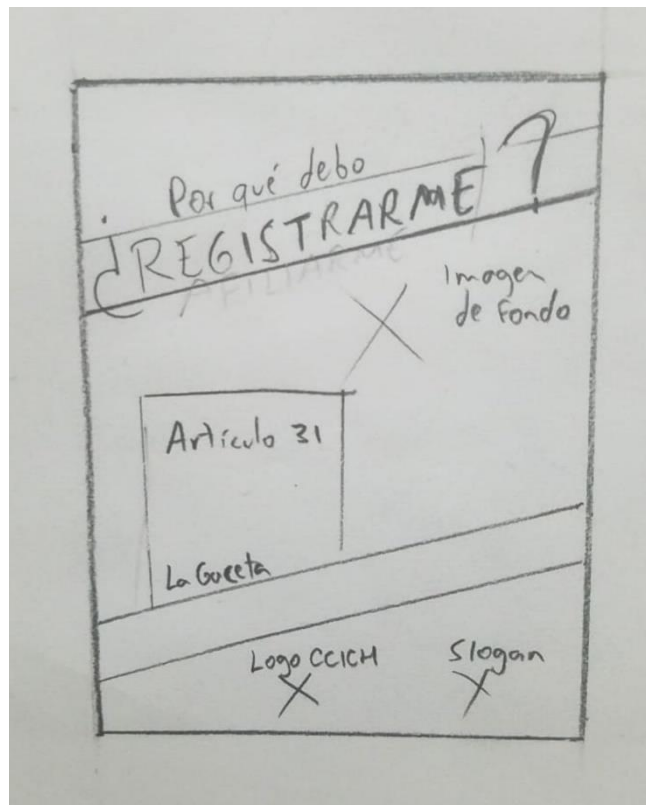
Anexo 10. Boceto comunicado interno

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



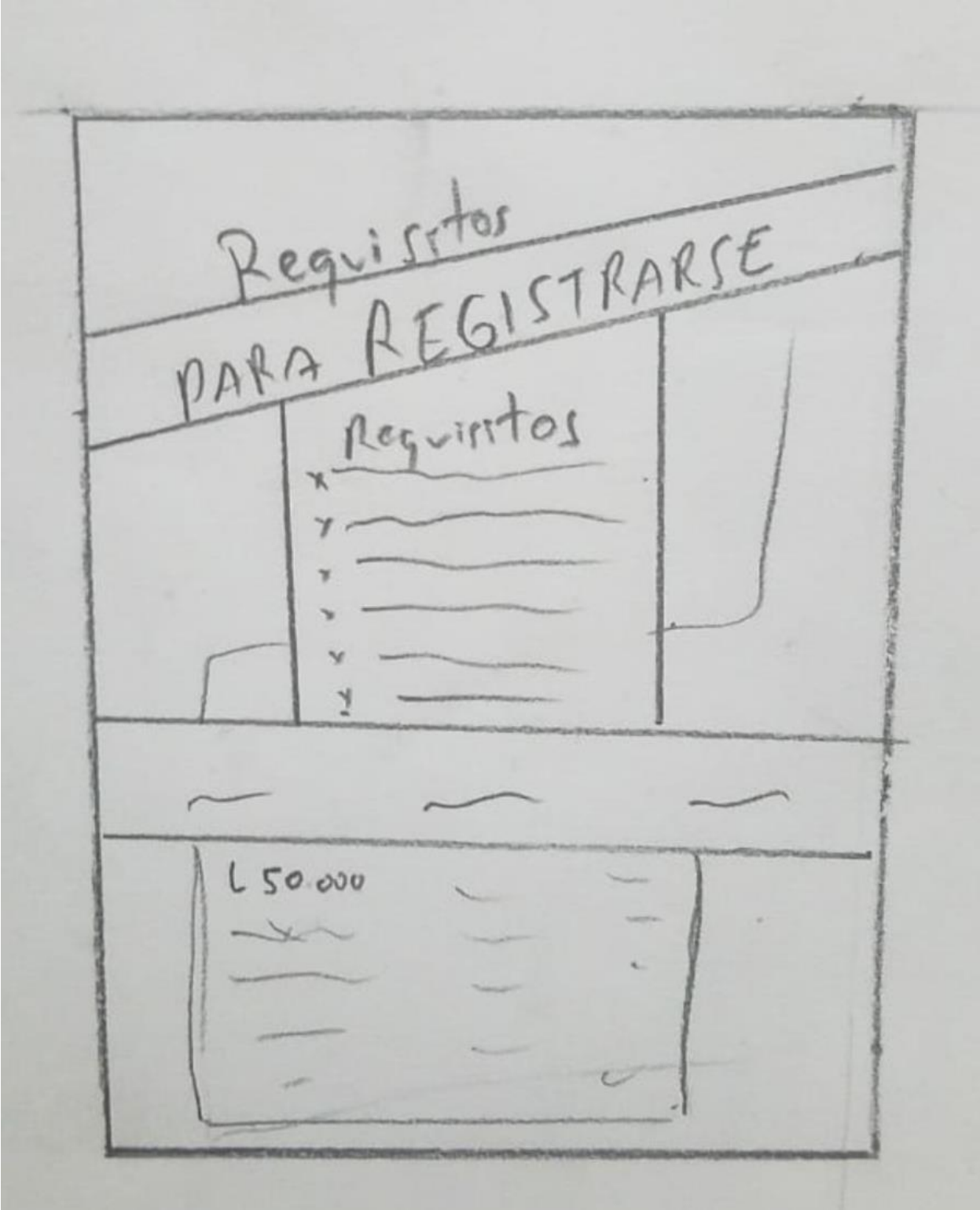
Anexo 13. Vista de Manual de Bioseguridad en Adobe Illustrator parte 3

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



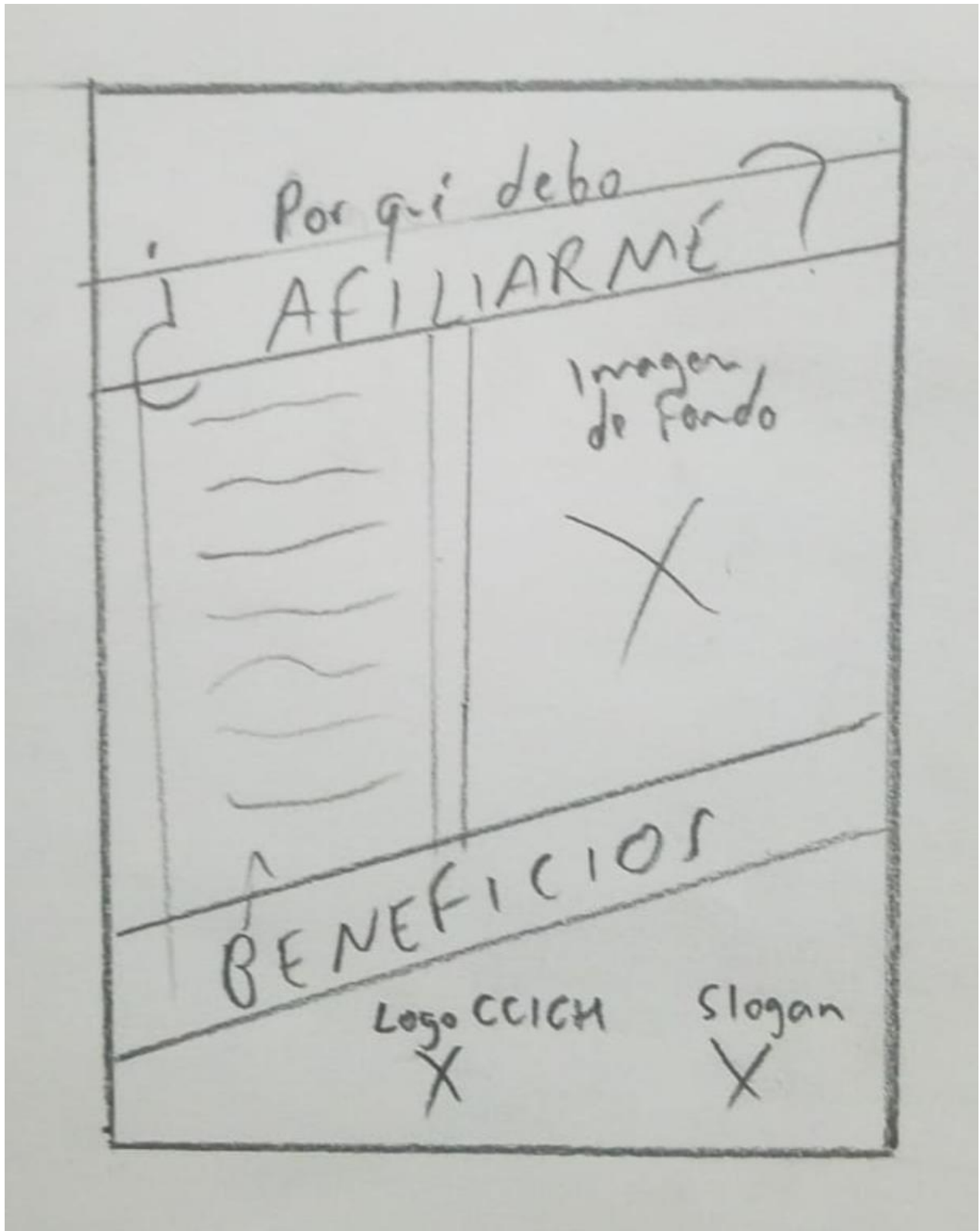
Anexo 14. Boceto de Afiche de Registro parte frontal

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



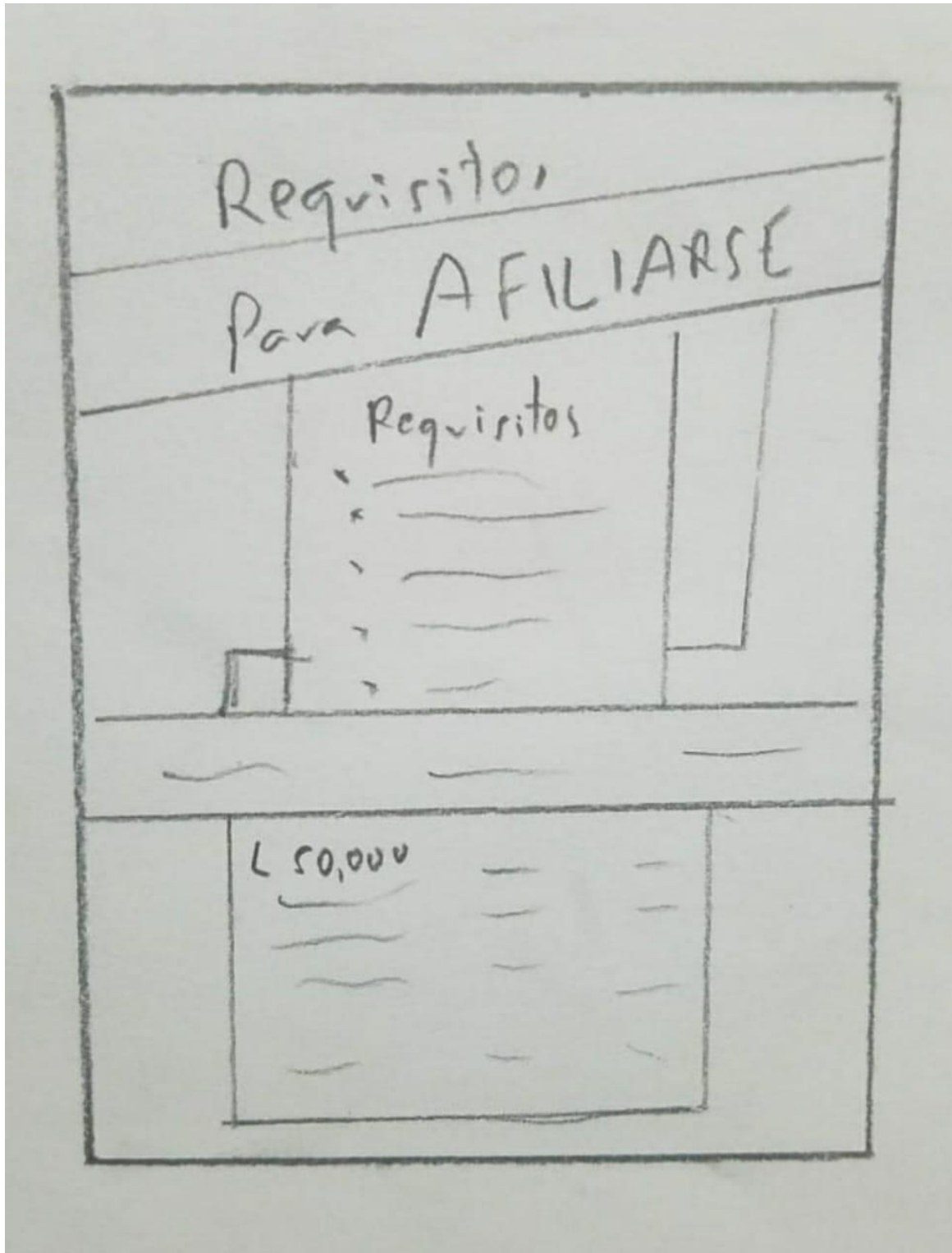
Anexo 15. Boceto de Afiche de Registro parte trasera

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



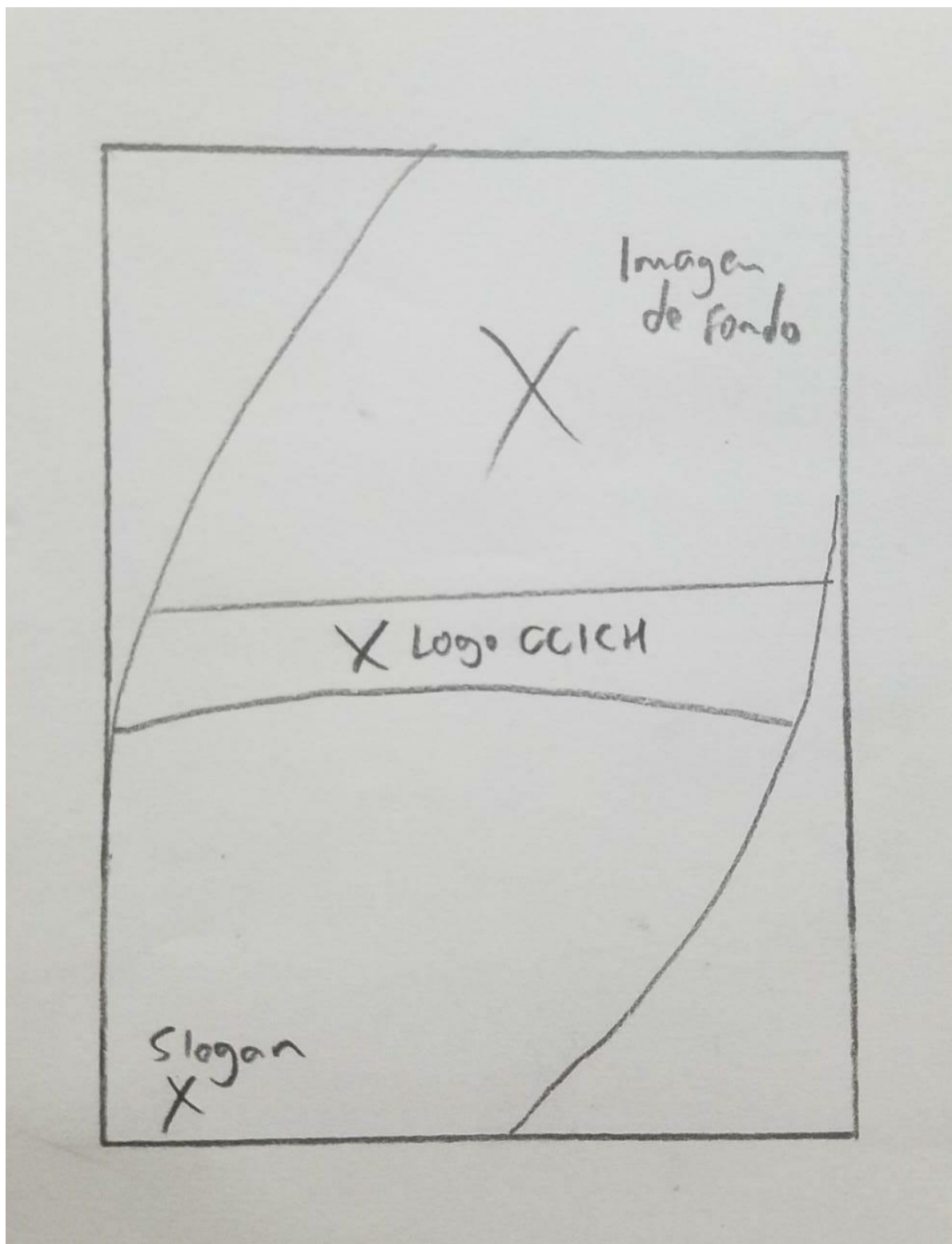
Anexo 16. Boceto de Afiche de Afiliación parte frontal

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



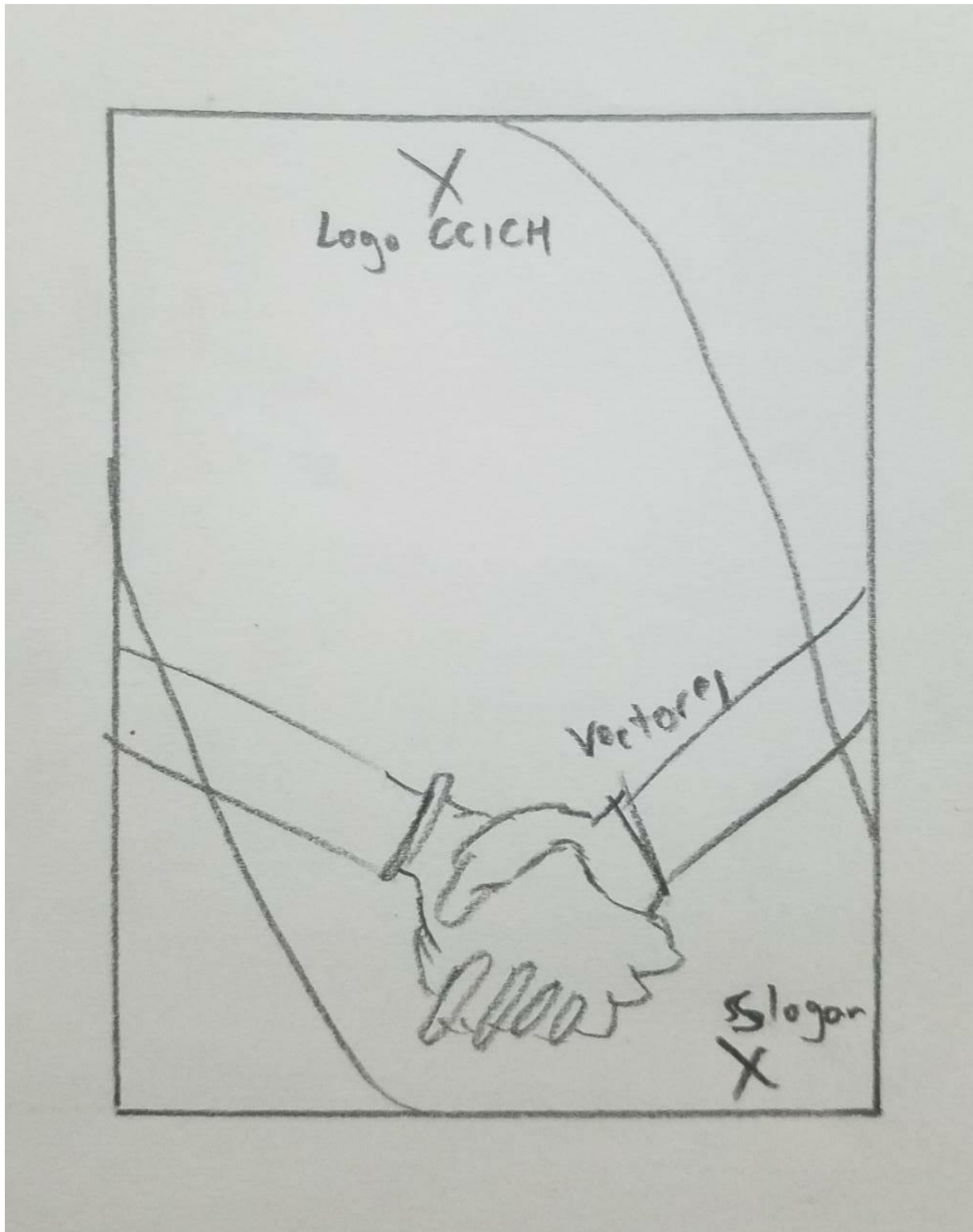
Anexo 17. Boceto de Afiche de Afiliación parte trasera

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



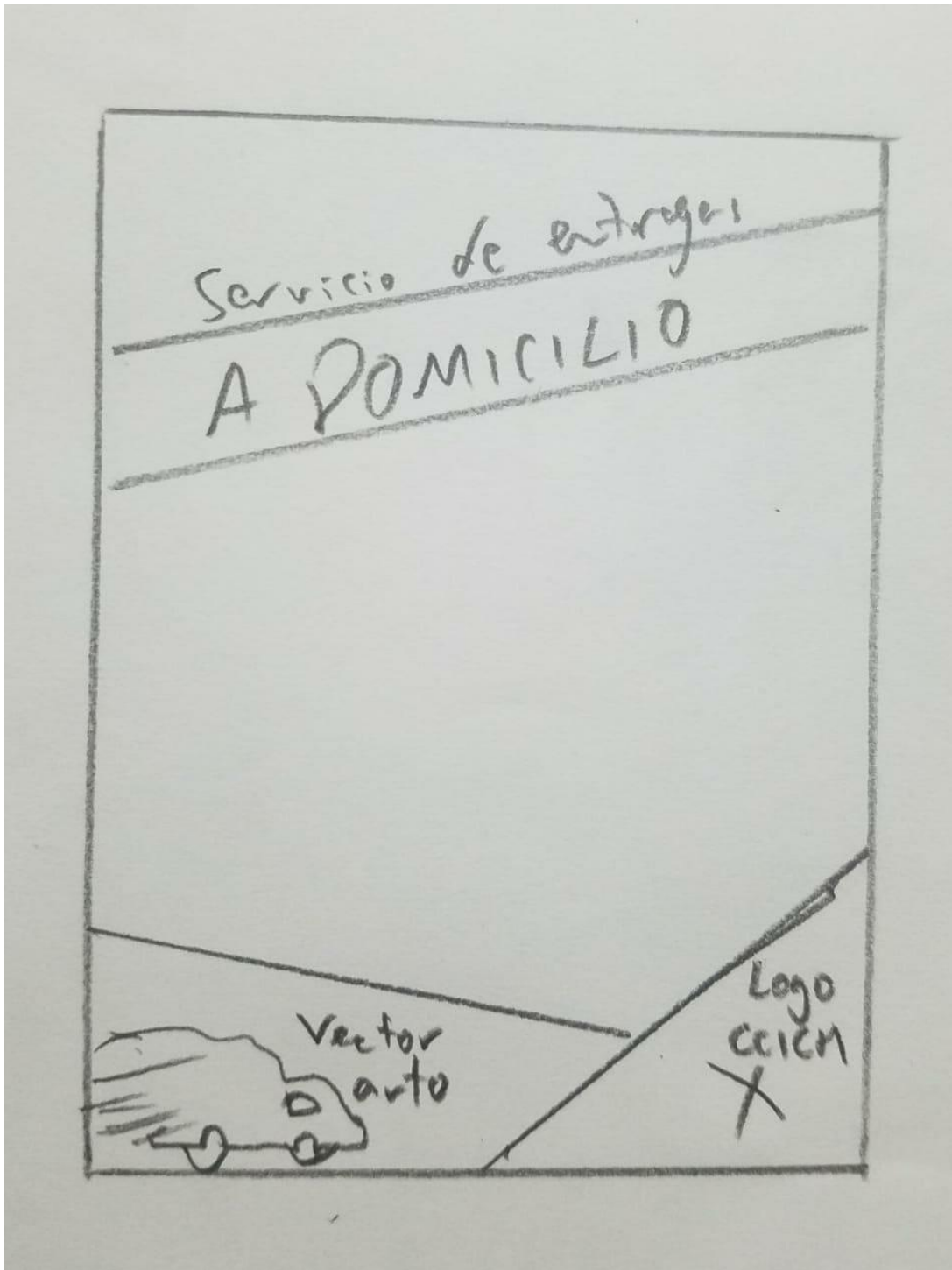
Anexo 18. Boceto de Afiche para capacitaciones

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



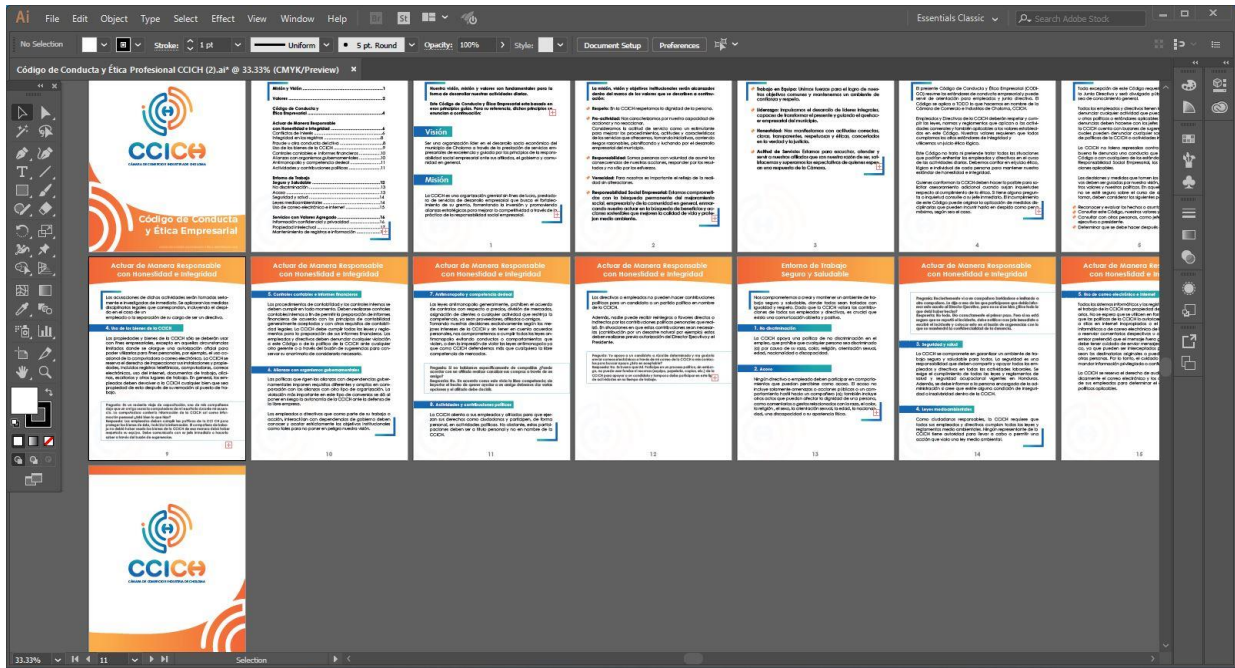
Anexo 19. Boceto de Afiche de bienvenida a nuevos socios

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Anexo 20. Boceto de Afiche de socios que prestan servicio de entregas a domicilio

Fuente: (Kevin D. González, 2020)



Anexo 21. Vista del Código de Conducta y Ética Empresarial desde en Adobe Illustrator

Fuente: (Kevin D. González, 2020)