

EAD

**IN
FOR
ME**

**PRÁCTICA
PROFESIONAL**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

EMPRESA EMSULA

SUSTENTADO POR:

SAMANTHA NICOLLE RODRÍGUEZ BANEGAS

21911045

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2023

Agradecimiento

A mi colega y gran amiga Valeria García, que con su acompañamiento y fuerza logramos complementar cada una de nuestras habilidades para cursar las asignaturas de la carrera; gracias por ser mi roca y mi guía en cada una de las asignaciones y retos que se nos presentaban a lo largo de nuestra carrera. Valoro la confianza que has depositado en mí, que nunca me hayas dejado sola en el camino y cada uno de los momentos vividos.

Gracias a la Licenciada Marisela Pérez, porque desde el primer trimestre que fue mi catedrática me enseñó la disciplina, el esfuerzo, el amor con el que tenemos que desarrollarnos en el ámbito creativo. Siempre estuvo dispuesta a compartirme su conocimiento de la mejor manera, a inspirarme a dar lo mejor de mí, sobre todo, a no rendirme en las adversidades. Mi admiración absoluta para la gran artista y diseñadora que es, espero seguir sus pasos para que en un futuro no muy lejano poder compartir muchísimos espacios a su lado.

Larissa, Josselin y Astrid mis colegas y amigas. Sin duda alguna, conocerlas fue de mucha alegría y motivación a mi vida, sin ustedes mi vida universitaria no hubiese sido igual. Muchísimas gracias por creer en mí y siempre apoyarme en cada uno de los momentos en las que las necesité.

Orlando Bustamante, por tu amistad, acompañamiento y apoyo en cada uno de mis triunfos y en las adversidades que se me presentaron en mi vida estudiantil, por ser un gran consejero y por siempre tener una respuesta a cada una de mis incógnitas.

Universidad Tecnológica Centroamericana y a cada uno de los docentes de la Escuela de Arte y Diseño que fueron parte de mi formación como Diseñadora Gráfica; Entre ellos los Licenciados: Alain Minera, Oscar Chavaría, Oscar Mancía; El Ingeniero Álvaro Salgado y la Arquitecta Valery Ochoa. Gracias por brindarme todo el conocimiento necesario para poder desarrollarme en el ámbito laboral y convertirme en una mejor persona.

Dedicatoria

A mi madre Mariela Banegas, mi más grande apoyo en la vida, que sin su sacrificio, acompañamiento y amor no sería posible este triunfo, gracias por estar para mí en toda mi formación universitaria y por incentivarme a cumplir todas mis metas, eres mi mayor inspiración y ejemplo en la vida, espero siempre poder seguir tus pasos y enorgullecerte en cada uno de mis logros.

Lin Amador, mi más grande compañía y motivación, te agradezco por siempre estar para mí, por colaborarme y trabajar conmigo en cada una de las asignaciones que se me presentaban en las clases, gracias por nunca decir que no y ser mi apoyo incondicional.

Chromi Maxine Rodríguez, por ser mi acompañamiento diario, a donde quiera que estés te dedico este triunfo que es de ambas, gracias por ser mi compañera de escritorio en todas mis clases virtuales y por desvelarte conmigo hasta que terminara cada uno de mis pendientes.

Alexa Benítez y Abraham Banegas, mis abuelitos por apoyarme y estar conmigo siempre desde la ternura y el amor que solo ustedes saben brindarme. Valoro todo el esfuerzo que han realizado por hacerme feliz y ayudarme a cumplir mis metas.

A mi tía Lindalí Banegas, mi segunda madre, por ser incondicional en mi vida, por siempre darlo todo para que yo sea feliz y por siempre inspirarme a ser

creativa y a mostrar la mejor versión en todas las actividades que realizo de manera profesional.

Henry Amador, agradezco infinitamente su guía, apoyo y presencia en toda mi formación académica. Gracias por enseñarme a ser perseverante y a nunca rendirme a pesar de las adversidades, es un gran ejemplo para mí.

Rigoberto Rodríguez, mi papá, que desde la distancia ha sido un apoyo fundamental para lograr este objetivo, agradezco todo el esfuerzo que ha realizado para ayudarme a cumplir mis metas y ser una profesional exitosa.

Dulce Majano, mi mejor amiga, mi mano derecha y hermana; este triunfo también es tuyo por siempre incentivarme a cumplir mis metas y darme fuerza, eres un tesoro en mi vida y agradezco estar a tu lado cumpliendo mis metas.

José David Valerio, dirigente y maestro de mi vida, el mentor que me inculcó valores esenciales como la disciplina, responsabilidad, y la excelencia que tengo que lograr en cada uno de los espacios que habito. Cada una de sus lecciones las he podido desarrollar a lo largo de mi formación académica y personal. Sin duda alguna es una gran inspiración en mi vida, deseo enormemente tenerlo por muchos años más a mi alrededor para que siga guiando cada uno de mis pasos y celebrando mis logros como lo ha hecho hasta el momento.

Resumen

El presente informe describe en detalle las actividades desarrolladas por Samantha Nicolle Rodríguez Banegas durante su estancia como practicante en Embotelladora de Sula (EMSULA S.A.), como último paso previo a la investidura del título en Diseño Gráfico en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC). El periodo de realización de práctica fue del 12 de octubre de 2022 al 23 de diciembre de 2022.

En el desarrollo de la práctica profesional, la practicante se desarrolló en el departamento de estadística comercial como diseñadora gráfica adjunta, logrando ejecutar cada uno de los conocimientos que obtuvo durante su formación académica en temas como desarrollo de imagen visual corporativa y edición de video para lograr unificar la línea gráfica, como lo fue solicitado por su jefe inmediato, el Ingeniero Abdiel Díaz.

Como primera parte de este informe, en el capítulo uno se detalla las generalidades de la empresa, una breve reseña de ésta y una descripción detallada del departamento donde se desempeñó la practicante. Dentro de apartado se definen los objetivos generales y específicos que se llevarían a cabo dentro de la práctica profesional.

En el segundo capítulo llamado "Actividades asignadas y realizadas" se define el rol asignado por parte del jefe del departamento, luego una descripción detallada de las actividades realizadas durante todo el periodo de práctica

profesional finalizando con el desglose de las actividades de mejora implementadas.

Dentro del tercer capítulo llamado “Propuesta de mejora” se detalla el problema identificado y el marco teórico para la problemática observada al momento de analizar la empresa mediante un briefing. Al tener la solución, se describe el nombre, los objetivos, el alcance y los componentes que tendría este proyecto, esta fue la base para elegir la metodología que más se adecuara al proceso que tendría que llevarse a cabo para desarrollar el proyecto, así como las fases, cronograma de trabajo, presupuesto e indicadores de evaluación.

Se finaliza con el capítulo de conclusiones, recomendaciones y reflexiones, permitiendo dar un panorama más amplio de las experiencias vividas y conocimientos adquiridos dentro de la empresa, así como también, servirá como una pauta para futuros practicantes y asesores de práctica.

Índice de Contenido

| | |
|---|-----------|
| Agradecimiento | 6 |
| Dedicatoria | 8 |
| Resumen | 10 |
| Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional | 16 |
| 1.1 Datos Generales de la Organización | 16 |
| 1.1.1 <i>Reseña de la Organización</i> | 16 |
| 1.1.2 <i>Descripción del departamento en el que se realizó la práctica</i> | 18 |
| 1.2 Objetivos de la Práctica Profesional | 19 |
| 1.2.1 <i>Objetivo General</i> | 19 |
| 1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i> | 19 |
| Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas | 21 |
| 2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado | 21 |
| 2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional..... | 21 |
| 2.3 Actividades de Mejora Implementadas | 29 |
| Capítulo III. Propuesta de Mejora | 31 |
| 3.1 Problema Identificado | 31 |
| 3.2 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada | 32 |
| 3.3 Soluciones Identificadas..... | 34 |
| 3.4.1 <i>Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto</i> | 34 |
| 3.4.2 <i>Objetivos del Proyecto Propuesto</i> | 34 |
| 3.4.3 <i>Alcances del Proyecto</i> | 35 |
| 3.4.4 <i>Componentes del Proyecto</i> | 35 |
| 3.4 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto..... | 36 |
| 3.5.1 <i>Fases del Desarrollo del Proyecto</i> | 36 |
| 3.5.2 <i>Cronograma de Desarrollo y de Implementación</i> | 46 |
| 3.5.3 <i>Presupuesto Requerido</i> | 47 |
| 3.5.4 <i>Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto</i> | 51 |
| Capítulo IV. Conclusiones, reflexiones y recomendaciones | 54 |
| 4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional..... | 54 |
| 4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica..... | 55 |
| 4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes | 56 |
| Bibliografía | 58 |
| Glosario | 60 |
| Anexos | 67 |

Índice de Figuras e Ilustraciones

| | |
|--|----|
| Imagen 1 Primera parte del brief | 38 |
| Imagen 2: Comunicación y consideraciones de la empresa en el desarrollo del brief. | 39 |
| Imagen 3: Cronograma de desarrollo | 46 |
| Imagen 4: Cronograma de implementación | 47 |
| Imagen 5: costo total de mano de obra | 49 |
| Imagen 6: Desglose del trabajo realizado por la diseñadora..... | 49 |
| Imagen 7: Presupuestos para la impresión de la señalética Imprex Honduras | 50 |
| Imagen 8 Presupuesto para la impresión e instalación de señalética Printec Honduras..... | 50 |
| Imagen 9 Presupuesto para la impresión e instalación de señalética Copy Color | 51 |
| Imagen 10: Indicador de evaluación aplicado a los colaboradores de EMSULA.S.A..... | 52 |
| Imagen 11 moodboard para diseño de línea gráfica del departamento | 68 |
| Imagen 12 Brandboard propuesta de imagotipo | 68 |
| Imagen 13 Brandboard Propuesta isologotipo | 69 |
| Imagen 14 Diagrama de flujos para el Departamento de Estadística Comercial | 69 |
| Imagen 15 Elementos diagrama de flujos para el Departamento de Estadística Comercial | 70 |
| Imagen 16 Mockup sobre primera propuesta de isologo..... | 70 |
| Imagen 17 Portada para Sway | 71 |
| Imagen 18 Adaptación de plantilla en diferentes tamaños para Power BI | 71 |
| Imagen 19 Elementos creados para presentación de cierre de año EMSULA S.A. | 72 |
| Imagen 20 Elementos presentación fin de año | 72 |
| Imagen 21 Portada manual de Identidad visual Corporativa de Estadística comercial..... | 73 |
| Imagen 22 Área de protección del manual de identidad visual corporativa..... | 73 |
| Imagen 23 Tipografía corporativa establecida en el manual | 73 |
| Imagen 24 Aplicaciones de la marca..... | 74 |
| Imagen 25 Uniforme corporativo | 74 |
| Imagen 26 Tarjeta de presentación propuesta 1 | 74 |
| Imagen 27 Tarjeta de presentación propuesta 2 | 75 |
| Imagen 28 Introducción animada de imagotipo para infografías | 75 |
| Imagen 29 Animación de imagotipo como introducción para infografías | 75 |
| Imagen 30 Personaje para infografías | 76 |
| Imagen 31 Extracto de la infografía animada "Introducción a la PIVOT" | 76 |
| Imagen 32 Extracto infografía "elementos de una PIVOT" | 77 |
| Imagen 33 Elementos para Presentación Infográfica | 77 |
| Imagen 34 Diseño de portada para informe de Canal Moderno..... | 78 |
| Imagen 35 Plantilla de pronóstico Meteorológico Zona Sur | 78 |
| Imagen 36 Plantilla de Pronóstico Meteorológico Zona Metro | 78 |
| Imagen 37 Cotización para propuesta de mejora Imprex Honduras | 79 |
| Imagen 38 Segunda parte de cotización para propuesta de mejora Imprex Honduras..... | 79 |
| Imagen 39 Cotización para propuesta de mejora Printec Honduras | 80 |

| | |
|---|----|
| Imagen 40 Segunda parte cotización para propuesta de mejora Printec Honduras..... | 80 |
| Imagen 41 Tercera parte cotización para propuesta de mejora Printec Honduras..... | 81 |
| Imagen 42 Primera parte cotización para propuesta de mejora Copy Color | 81 |
| Imagen 43 Segunda parte cotización para propuesta de mejora Copy Color .. | 82 |
| Imagen 44 Tercera parte cotización para propuesta de mejora Copy Color | 82 |
| Imagen 45 Cuarta parte cotización para propuesta de mejora Copy Color | 83 |
| Imagen 46 Quinta parte cotización para propuesta de mejora Copy Color | 83 |
| Imagen 47 Sexta parte cotización para propuesta de mejora Copy Color | 84 |
| Imagen 48 Portada Brandbook EMSULA | 84 |
| Imagen 49 Usos incorrectos de la marca | 85 |
| Imagen 50 Papelería Corporativa de Brandbook | 85 |
| Imagen 51 Tarjetas de presentación de EMSULA S.A..... | 86 |
| Imagen 52 Colores corporativos del Brandbook para EMSULA S.A. | 86 |
| Imagen 53 Tipografía corporativa..... | 87 |
| Imagen 54 Aplicaciones de empaques en el Brandbook para EMSULA S.A. .. | 87 |
| Imagen 55 Aplicaciones de la papelería corporativa de EMSULA S.A..... | 88 |
| Imagen 56 Mockup Manual de identidad visual corporativa del Depto. Estadística Comercial..... | 88 |
| Imagen 57 Bitácora semana 1..... | 89 |

**CA
PÍ
TU
LO I**

**Generalidades
de la Práctica
Profesional**

Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional

1.1 Datos Generales de la Organización

1.1.1 *Reseña de la Organización*

Embotelladora de Sula, S. A, se constituye el 6 de diciembre de 1956 por un grupo de inversionistas de San Pedro Sula, el cuál era liderado por Don Jorge J. Larach, logrando así que para el año 1959 sacaron al mercado los productos de Pepsi logrando posicionarse en el mercado con mucha aceptación. Luego del lanzamiento de Pepsi- Cola y Jarritos, se formaliza una nueva sociedad con el nombre “Cervecería Carta Blanca de Sula, S.A. empresa que vivo a sustituir a Embotelladora de Sula S.A. A partir de 1966 se restaura y de nuevo su razón social cambia, quedando la anterior “Embotelladora de Sula, S.A.

En la actualidad, “EMSULA forma parte de una familia de empresas de sociedades anónimas dedicadas a la elaboración, embotellado y comercialización de productos alimenticios aplicando tecnología de punta y los estándares de calidad e inocuidad requeridos para empresas de clase mundial.”

(EMSULA, 2021)

Misión

Consolidarnos como el mejor embotellador y distribuidor de bebidas operando en Latinoamérica. Atendiendo cada día las diferentes y cambiantes necesidades de los consumidores, con los más altos estándares de calidad y atención al cliente.

Visión

El mejoramiento continuo, la innovación permanente y una administración funcional son parte integral de nuestro desempeño diario.

Nos esforzamos continuamente por el desarrollo y buena relación con y entre todos los “miembros del equipo” y cada día consolidamos más las relaciones con nuestros proveedores, contratistas, consultores, franquiciadores, socios estratégicos y la comunidad. (EMSULA, 2021)

Actitud Corporativa

- Somos Optimistas
- Somos Realistas
- Somos Humildes
- Somos Creativos
- Nos adaptamos con facilidad
- Cultura de Comunicación
- Trabajo en Equipo
- Apasionados para Cambios y Mejoras
- "Pase No Ceda"
- Somos Socialmente Responsables
- Apasionados por el Servicio al Cliente
- En Dios Confiamos

1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica

La práctica profesional fue realizada en el departamento de estadística comercial de Embotelladora de Sula S.A, bajo la dirección del Ingeniero Abdiel Díaz, el acompañamiento de los Ingenieros Nelson Rosel, Mélida Vaquedano y el Licenciado Edgar Ponce. Este departamento tiene como objetivo “Proporcionar información de ventas en general para la toma de decisiones enfocadas en el incremento de estas, mediante un criterio de análisis y de priorización de forma objetiva de la información solicitada; y retroalimentación constante con el o los departamentos relacionados. Realizar análisis que sirvan como herramientas de control y para el incremento de las ventas

Estamos comprometidos con el departamento ya que nuestra misión es convertirnos en el centro de información de inteligencia comercial a través del uso de las tecnologías de información. Y nuestra visión es analizar es informar en tiempo y forma como van las ventas, tendencias, oportunidades y mejoras de venta a través de nuestros reportes avanzados y creados por el departamento que sirven de apoyo directo en la toma de decisiones. Proponiendo estrategias y soluciones a la dirección comercial y gerencia de cada centro con el uso de nuevas tecnologías, realizando todo esto con proactividad, flexibilidad, dinamismo y siempre con información a la mano. (A. Díaz, comunicación personal, 2022)

1.2 Objetivos de la Práctica Profesional

1.2.1 Objetivo General

Demostrar e implementar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación en Diseño Gráfico en el departamento de estadística comercial bajo el rol de diseñadora gráfica adjunta en el cuarto trimestre del periodo académico.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1.2.2.1. Crear el diseño de la imagen visual corporativa del Departamento de Estadística Comercial para unificar la línea gráfica de la papelería corporativa que se implementa en los diferentes procesos de la empresa.
- 1.2.2.2. Diseñar y ejecutar de una manera creativa un manual de identidad visual corporativa del departamento para sintetizar los aspectos más importantes de la marca y su correcta implementación.
- 1.2.2.3. Facilitar el proceso de inducción al departamento por medio de una serie de infografías animadas que permitirán reducir tiempo de enseñanza a los nuevos colaboradores de la empresa.

CA PÍ TU LO II

Actividades
Asignadas y
Realizadas

Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

Dentro del departamento de estadística, la practicante puso en práctica sus conocimientos bajo el cargo de diseñadora gráfica adjunta, en el cual se desarrolló un plan de trabajo para trabajar en secuencia por el tipo de actividades asignadas, entre ellas el diseño y elaboración de la imagen visual corporativa y el manual de marca del departamento, siendo esta la base fundamental para diseñar la papelería corporativa del mismo y las plantillas de todos los documentos existentes en el departamento con la nueva línea gráfica.

2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

Actividad 1: Diseño y elaboración de imagen visual corporativa para el Departamento de Estadística Comercial de Embotelladora de Sula S.A.

Para la empresa es importante tener una papelería corporativa que le permita tener una línea gráfica que refleje la identidad y los valores de la marca. Por lo tanto, a los analistas del departamento de Estadística comercial les surge la necesidad de poder diferenciarse y elevar la experiencia de lectura.

El tener una identidad visual definida les va a permitir mejorar la calidad de sus informes por la cantidad de información que comparten con todos los colaboradores de la empresa.

En base a las necesidades planteadas con anterioridad, se ejecutó el diseño para la imagen visual corporativa de la empresa.

Partiendo desde la visualización de los documentos realizados durante el 2022 y los documentos generales de la empresa, se identificó la verdadera carencia de una línea gráfica, por lo tanto, la practicante comenzó con el proceso de búsqueda de información mediante una reunión para poder obtener información con los colaboradores del departamento y reconocer sus necesidades, luego se hizo una reunión con el departamento de Recursos Humanos para poder complementar la información que se brindó con anterioridad.

Una de las decisiones más importantes para la elaboración de lo anterior mencionado, fue apearse a la línea gráfica de la empresa, ya que la propuesta a trabajarse tiene que complementarse con la que actualmente utiliza la empresa.

El proceso creativo comenzó desde una Lluvia de ideas para condensar las ideas obtenidas en un moodboard para así luego definir y realizar la elección de los colores, esto permitió lograr llegar al proceso de bocetaje y luego a la digitalización de dos propuestas para el logotipo y la tipografía corporativa. Para cada una de estas actividades se utilizó el software Adobe Illustrator 2023 como software para realizar el proceso de vectorizado.

Actividad 2: Presentación de propuestas para elegir el imagotipo / isologotipo del Departamento de Estadística Comercial mediante Brandboards.

Como parte de la aplicación de los conocimientos adquiridos en la formación académica, fue indispensable elaborar brandboards para presentar las

propuestas elaboradas, ya que este es un documento que sintetiza los elementos fundamentales de una marca, ya que permite que la línea gráfica pueda visualizarse de una manera fácil, clara y rápida.

En continuidad con la elaboración de la línea gráfica, se realizó la presentación de las propuestas del imagotipo y el isologotipo a los analistas y al jefe del departamento. En cada documento se incluyó elementos fundamentales para el correcto desarrollo de la marca, como lo es el logotipo principal y una versión bandera del mismo, el racional creativo, al igual que la incorporación de elementos importantes para la marca como lo son las variaciones de color de las propuestas, los colores, el motivo/patrón y la tipografía corporativa.

Actividad 3: Diseño de papelería corporativa del departamento de Estadística Comercial.

Como parte de la aplicación de la nueva línea gráfica fue indispensable realizar el diseño de la papelería corporativa de la empresa por la cantidad de documentos que a diario son enviados por el personal del departamento de Estadística Comercial.

(aura, 2021) afirma:

Es sumamente importante la imagen que tengas de producto o servicio, y que esta sea en diferentes elementos físicos. Tener una papelería corporativa presentable y coherente es sumamente importante (esto va de la mano con la identidad corporativa de tu marca), ya que esta implicará una mejor comunicación e imagen frente a tus clientes. Tu

cliente te tendrá presente no solo por tu producto a ofrecer, sino por toda la experiencia que tendrán en la interacción con tu marca.

Para el diseño y la elaboración de esta actividad se utilizaron los colores corporativos, el motivo/patrón, la tipografía corporativa y el imagotipo seleccionado en sus dos versiones y se trabajó con el software de edición y vectorización Adobe Illustrator 2023 y para la creación de mockups se trabajó con el software Adobe Photoshop 2023.

Actividad 4: Diseño y elaboración de plantillas para los informes de venta y documentos existentes en el departamento de canal moderno de Embotelladora de Sula.

El unificar el diseño de cada una de las plataformas donde se recopila información y se realizan informes es indispensable para poder hacer un uso correcto de la línea gráfica, por lo tanto, se le dio acceso a la practicante a los documentos de la empresa para que pudiera unificarlos y mejorar su presentación.

Al ser plataformas que impiden hacer cambios drásticos en el diseño, se realizó detalles sutiles pero que se complementan con la línea gráfica establecida. Se trabajó en la uniformidad de la tipografía, los colores corporativos ahora son parte de todos los diseños, al igual que las dos versiones de los motivos.

- Plantilla para informes meteorológicos de zona norte y sur: En estas plantillas se tuvo libertad creativa y permitió agregar elementos que lo convirtieron en un documento sencillo, pero con mucho dinamismo y creatividad. Se utilizó el motivo, la tipografía y los colores corporativos logrando darle una imagen fresca y ordenada a la nueva plantilla, sin quitarle la vistosidad y atención a la información que lleva dentro.
- Power BI, Sway, Pivot: La aplicación de la línea gráfica a estos documentos fue más compleja ya que son programas que no permiten la absoluta personalización de la interfaz. Sin embargo, se trabajó en el diseño de las formas, los colores, el motivo que es un elemento fundamental en la línea gráfica y también se trató de buscar tipografías similares a las establecidas, ya que son programas que no permiten importar las propias.

Para el desarrollo de estas plantillas se utilizó el software de edición y vectorización Adobe Illustrator 2023.

Actividad 5: Desarrollo y elaboración de manual de identidad visual corporativa del Departamento de Estadística Comercial.

(Saviat, 2019) nos menciona:

Disponer de un manual corporativo es imprescindible a la hora de gestionar una marca por diferentes razones. En primer lugar, nos muestra cómo es nuestra identidad visual y, por lo tanto, facilita el

desarrollo de la expresión gráfica de la marca y nos sirve como pauta donde establecer unas normas a seguir.

El manual de identidad visual corporativa es un documento fundamental ya que, en él se determinan los lineamientos a seguir para poder aprovechar todo el potencial que tiene la marca, por lo tanto, es importante que desde que el departamento elija su línea gráfica, tenga esta pauta para saber la función que cumplen cada uno de los elementos y los utilicen de una manera correcta.

Al realizar el manual, la información y los elementos se dividieron en tres partes y cada parte consta de diferentes secciones para que la lectura y comprensión sea clara y ordenada.

Estas secciones incluyen:

- Modo de uso
- Elementos básicos de la identidad visual
 - Imagotipo
 - Tamaño Mínimo
 - Área de protección
 - Colores corporativos
 - Versión Alternativa
 - Variaciones de color
 - Recomendaciones
 - Tipografía Corporativa
 - Usos Incorrectos
 - Motivo

- Aplicaciones
 - Papelería corporativa
 - Esenciales
 - Otras aplicaciones

Para el proceso de elaboración del manual de marca se utilizó Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, estos programas permitieron la vectorización, creación y diseño de todo el manual, al igual que la edición y elaboración de los mockups de las aplicaciones.

Actividad 6: Diseño y elaboración de presentación infográfica de Pepsi 06 oz y plantilla para replicar la infografía en los ciento veinte productos de la marca PEPSI.

Se realizó el diseño de una presentación infográfica para los diferentes productos que ofrece Pepsi en su catálogo, se partió desde los datos generales del producto, hasta las estadísticas donde se muestra el posicionamiento que tienen en el mercado.

En el diseño de la plantilla se tomó en cuenta la línea gráfica de la marca, sobre todo la forma en como realizan sus artes publicitarios, por lo tanto, se trabajó con siluetas y colores llamativos, que le dieron un toque juvenil y alegre.

Actividad 7: Estructura y diseño de presentación de Despliegue de Canal Moderno

Para el desarrollo de esta actividad se realizó la diagramación, estructura y el diseño de una presentación que se presenta de manera mensual para la presentación de resultados del Departamento de Canal Moderno.

Se realizó la vectorización y la división por cada una de las secciones que dividen el documento y se organizó por secciones la información para así poder presentarla de una excelente manera.

Al ser una presentación mensual, se realizó la plantilla editable para que los colaboradores de canal moderno puedan utilizarla a largo plazo.

Actividad 8: Creación de infografía animada como parte del proceso de inducción a nuevo personal del Departamento de Estadística Comercial.

Se realizó una serie de tres infografías animadas sobre los informes más importantes del departamento, esto con la finalidad de mejorar y reducir el proceso de inducción de los colaboradores.

El proceso creativo y de elaboración de las infografías comienza en el diseño de elementos, luego en la búsqueda de información que al tenerla lista se realiza el guion de cada una de las escenas; al tener la información sintetizada, se procesa a importar los elementos al nuevo proyecto de After Effects y luego se finaliza realizando la animación detallada de cada uno de los elementos.

2.3 Actividades de Mejora Implementadas

Poniendo en práctica lo aprendido en su formación académica, la practicante realizó diversas actividades de mejora que, sin duda, serían de gran ayuda para los analistas del departamento.

Actividad 1:

Se aplicó los conocimientos en branding e identidad visual corporativa realizando tarjetas de presentación para los colaboradores del departamento, permitiendo su identificación y contacto inmediato dentro y fuera de la empresa para otros colaboradores o agentes externos.

Se hizo uso del imago tipo en sus diferentes versiones de color, se utilizó el motivo corporativo y se añadió en ella el nombre del analista, el rol en el que se desenvuelve, el número de teléfono y su extensión dentro de la empresa.

Actividad 2:

Es indispensable reconocer que como diseñadores el tener un espacio ordenado es fundamental para poder ordenar nuestras ideas y permitir que fluya nuestra creatividad. Para los analistas del departamento esto también es una realidad, la cantidad de documentos e información que almacenan día a día en sus ordenadores tiende a saturar el inicio de la computadora, por lo tanto, se creó un tablero en Trello para que ellos puedan tener todos los recursos creados en la práctica profesional de una manera rápida y ordenada.

**CA
PÍ
TU
LO III**

Propuesta de
Mejora

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1 Problema Identificado

Ausencia de un Manual de Identidad Visual Corporativa

El proceso de identificación de una problemática dentro de una empresa como lo es EMSULA fue arduo, sin embargo, se concluyó en que la imagen visual corporativa de la empresa no se está explotando de la manera adecuada por todos los departamentos que la conforman, ya que no tienen un manual que determine cómo y por qué deben seguir los lineamientos adecuados.

Ausencia de una papelería corporativa definida y aplicada en toda la empresa.

El no tener definido lo mencionado con anterioridad, permite que la papelería corporativa de la empresa no sea aprovechada ni tenga los elementos característicos de la marca, ya que en cada departamento se utilizan los formatos y plantillas que ellos mismos establecen, esto causa desorganización porque al no tener conocimientos en diseño o en distribución de contenido, tienden a sobrecargar los documentos de información y terminan siendo todo lo contrario al minimalismo de la marca.

Ausencia de señalética dentro de los edificios de la empresa.

A pesar de ser una empresa con una gran cantidad de edificios y oficinas equipadas con las herramientas necesarias para desarrollar sus labores, no cuenta con una señalética clara que guíe y felicite el proceso de adaptación a los nuevos colaboradores de la empresa y a los estudiantes que desarrollan su práctica profesional en la empresa.

Situación Actual en la Organización

Embotelladora de Sula EMSULA por su labor en la elaboración, embotellado y comercialización de productos alimenticios pone a disposición de los hondureños las bebidas preferidas en el mercado global, permitiéndoles posicionarse como la principal distribuidora del país.

La Sede principal se encuentra en San Pedro Sula, Cortes y cuenta con un aproximado de 1,001 a 5,000 colaboradores, por lo tanto, tiene edificios equipados para el correcto desempeño de las labores, sin embargo, carece de una identidad visual corporativa definida y los edificios son utilizados sin la señalética adecuada.

3.2 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada

Identidad visual corporativa

(Martínez de Guereñu, 2020) afirma:

Cada negocio tiene una reputación que construir y no únicamente ofreciendo sus buenos productos o servicios. Hoy en día, la imagen que se percibe desde el exterior también puede verse como una forma de medir su éxito. Cada empresa tiene una historia particular que contar acerca de su creación, su actividad, los motivos de su existencia... compartir todo esto a través de una identidad visual acertada hace que la imagen de un negocio se defina y cree un lazo emocional con el público. (p.1)

Es indispensable el uso correcto de la imagen visual corporativa en una empresa, ya que esto permitirá un mejor posicionamiento y credibilidad en los consumidores y podrá diferenciarse de su competencia en el mercado.

(Neumeier, 2022) afirma:

La experiencia del cliente puede parecer complicada, incluso abrumadora. Una gran experiencia del cliente no es un proyecto o logro de una sola vez, es una búsqueda — una capacidad construida a lo largo del tiempo — que ofrece resultados sin importar dónde se encuentre en su viaje. (p.1)

Manual de identidad visual corporativa y su importancia

(Saviat, 2019) explica que es imprescindible contar con un manual de identidad visual corporativa al momento de comenzar a realizar gestiones en una marca, este nos facilita el proceso de adaptación e implementación de la línea gráfica, ya que nos sirve como una pauta donde se establecen los parámetros que tenemos que seguir para que se utilice de la manera correcta.

Es muy importante que al diseñar y crear un manual de identidad visual corporativa se piense en todas las necesidades, observaciones, así como las peticiones del cliente y se incluyan los lineamientos clave para que cualquier colaborador interno o externo a la empresa pueda trabajar con los elementos de la marca con la confianza de que al seguir lo pautado, los resultados se complementarán con la línea gráfica de la empresa.

Señalética Corporativa

(Interés, 2020) afirma:

Su característica principal es su diseño personalizado para cada empresa mostrando la identidad de cada una. Señaliza todo tipo de información relevante que no cubra la señalización obligatoria de seguridad. Por ejemplo, la función de cada sala, las flechas de dirección o el número de planta. (p.1)

El tener señalética corporativa definida y con la línea gráfica de la empresa permite que la marca tenga un mejor posicionamiento en el mercado y ayuda a tener una mejor identificación por parte de los consumidores.

3.3 Soluciones Identificadas

Partiendo de las necesidades de la empresa y de la importancia de respetar la línea gráfica, así como la señalética adecuada en el entorno laboral, se propuso el diseño y elaboración de un Brandbook donde se pueda desglosar los lineamientos a seguir por EMSULA para aprovechar la imagen visual corporativa de la marca.

3.4.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto

Manual de identidad visual, papelería y de señalética sintetizado en un Brandbook, que tendrá como título “**Brandbook Emsula: Marca | Señalética | Oficina.**”

3.4.2 Objetivos del Proyecto Propuesto

3.2.2.1. Establecer lineamientos fundamentales para poder potenciar los atributos de la marca mediante una unificación en la línea gráfica de la empresa.

3.2.2.2. Definir la papelería corporativa de la marca, complementándola con la línea gráfica establecida, permitiendo mejorar la comunicación interna y externa, ya que, no solo permitirá que se identifique de una manera eficaz, sino que también es una herramienta de marketing ya que le ofrece una experiencia personalizada e interactiva al consumidor.

3.2.2.3. Diseñar la señalética de la empresa para mejorar el proceso de adaptación y orientación a los nuevos colaboradores de la empresa, así como a los practicantes, ya que esto permitirá tener una mejor guía e identificación al momento de llegar a los destinos esperados en una menor cantidad de tiempo.

3.4.3 Alcances del Proyecto

La elaboración del BrandBook facilitará el proceso de identificación de la marca y sobre todo de la aplicación de este en los diferentes departamentos de la empresa, así como en sus aplicaciones externas.

Los lineamientos establecidos en el manual de imagen visual corporativa del Brandbook servirá para identificar la marca en cada uno de los procesos, permitiendo ser una pauta para utilizar de una manera correcta el imago tipo y los elementos esenciales. Esto permitirá apegarse a lo establecido, logrando trabajar en armonía con las propuestas de papelería corporativa y el diseño de la señalética de la empresa, ya que, el diseño se complementará con una misma línea gráfica, permitiendo resaltar los atributos de la empresa logrando modernizar los procesos y la arquitectura.

3.4.4 Componentes del Proyecto

El Proyecto de mejora está compuesto por un brandbook que se desglosa en tres partes:

- Manual de identidad visual corporativa
- Manual de papelería corporativa
- Manual de señalética

Para realizarlo se necesitarán softwares de diseño los cuales son:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign

3.4 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

Para el desarrollo del proyecto se tomó como base la metodología de Gavin Ambrose y Paul Harris. La estructura de esta metodología se desarrolla en 7 pasos, los cuales son: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje.

(Ambrose,Harris, 2010) afirman:

El diseño es un proceso iterativo y la planificación está presente en cada fase del viaje, desde la presentación al cliente hasta el trabajo terminado.

Se pueden producir diversas soluciones para cualquier encargo y estas pueden diferir mucho en cuanto a creatividad, practicidad y presupuesto.

(p.6)

3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto

Las fases implementadas para el desarrollo del Proyecto fueron:

Definición

Como primera fase, basándonos en el problema identificado, se realizó un briefing que permitió conocer a profundidad los objetivos del cliente, las claves de su identidad y la información más importante para llevar a cabo el proyecto.

(A. Díaz, comunicación personal, 2022) afirma:

Como empresa es importante actuar mediante procesos que permitan diferenciarla, eso unificará todos los trabajos que se realizan en la empresa y permitirá tener un mejor control sobre los mismos.

Así como también, el tener áreas correctamente señalizadas, nos permitirá tener un mejor control de los espacios y será una guía rápida para las personas que entren al edificio.

Al analizar el brief, identificamos que tienen necesidades específicas y que es indispensable encontrar una solución que permita sintetizar todas sus necesidades para poder realizar con efectividad el proyecto.

BRIEF CREATIVO

| | |
|-----------------------------|---|
| Cliente | Abdiel Díaz |
| Marca | Embotelladora de Sula S.A (EMSULA) |
| Producto | Productos alimenticios |
| Cliente responsable | Director de Estadística Comercial |
| Creativo Responsable | Creativo Responsable |
| Fecha | 14 de noviembre de 2022 |
| Periodo | Tercer trimestre de 2022 |

Background

Antecedentes de la empresa

EMSULA forma parte de una familia de empresas de sociedades anónimas dedicadas a la elaboración, embotellado y comercialización de productos alimenticios aplicando tecnología de punta y los estándares de calidad e inocuidad requeridos para empresas de clase mundial.

Situación actual de la marca

En el ámbito comercial EMSULA ha permanecido con el excelente posicionamiento que lo caracteriza, sin embargo, la comunicación interna de la empresa se ha visto afectada por no tener uniformidad en los documentos que se presentan.

Así mismo, no existe una guía que se pueda tomar para la aplicación de la marca.

En la actualidad, también es un reto la identificación de las oficinas por parte de los nuevos colaboradores y eso hace más tardado el proceso de adaptación de los mismos.

Descripción del trabajo

Se requiere un documento donde se puedan observar las directrices y lineamientos que debe seguir la empresa para potencializar la comunicación interna y externa sobre el uso del logotipo, el papel corporativo y la señalización del edificio.

Imagen 1 Primera parte del brief

Comunicación

Personalidad de la marca

La personalidad de la marca es confiable, inteligente y sofisticada.

Tono de la comunicación

El tono de la comunicación tiene que ser corporativo e informativo.

Respuestas esperada

Se espera que los colaboradores de la empresa puedan seguir los lineamientos y darle la imagen interna adecuada, también que se facilite la guía dentro y fuera del edificio ya que, esto permitirá realizar las tareas con una mejor adaptación.

Consideraciones

Formatos

El formato que se va a implementar para la entrega del proyecto será digital. En caso de necesitarlo impreso, se anunciará con anticipación a la fecha de entrega.

Tiempos

El plazo para la entrega del proyecto de 32 días hábiles. Del 14 de noviembre al 27 de diciembre de 2022.

Limitaciones y mandatorios

- Utilizar el lenguaje apropiado, respetoso pero apto para que cualquier persona que lo lea pueda entenderlo.
- Adaptarse a la paleta de color establecida por la empresa.
- No modificar el imagotipo de la marca.
- La señalética tiene que apegarse a la línea gráfica de EMSULA, de no ser así, no podrá utilizarse en los edificios que la conforman.
- Respetar el legado y los valores de la marca.

Imagen 2: Comunicación y consideraciones de la empresa en el desarrollo del brief.

Investigación

Para realizar esta fase, la practicante se basó en la búsqueda de información en diferentes medios sobre las necesidades planteadas en el brief.

Se utilizó información en páginas, libros y revistas sobre diseño gráfico donde se hablara sobre imagen visual corporativa, papelería corporativa y señalética, así como se desglosó en el marco teórico.

Ideación

Con la recopilación de información se procedió a realizar una lluvia de ideas y al seleccionar las mejores se realizó un moodboard para sintetizar los elementos y tener una mejor coordinación de las ideas elegidas para realizar el proyecto.

En esta parte del proceso se realizó las posibles propuestas que tendrían solución a las necesidades de EMSULA S.A., entre ellas están:

- Elaboración de un manual de marca
- Elaboración de un manual de señalética
- Un Brandbook donde se incluya todos los elementos que se necesita para potenciar la marca.
- Un manual donde se incluyan los elementos de marca y de oficina como pauta para los colaboradores de la empresa.

Prototipo

Se definió el diseño y elaboración de un BrandBook y un manual de marca y de oficina, donde se incluyera el diseño de la señalética base.

Para el primer prototipo para mostrar a la empresa, que fue el del Brandbook y constaba de una estructura variada y completa.

A continuación, se presentará la estructura del brandbook:

- MANUAL DE MARCA
 - Misión
 - Visión
 - Actitud Corporativa
 - Historia
 - Marcas
 - Elementos básicos de la identidad visual
 - Racional creativo
 - Logotipo
 - Tamaño Mínimo
 - Área de protección
 - Colores corporativos
 - Variaciones de color
 - Tipografía Corporativa
 - Usos incorrectos
 - Motivo
 - Aplicaciones

- MANUAL DE OFICINA
 - Papel oficial
 - Papel comercial
 - Sobres corporativos

- Tarjeta de presentación
- Carné de empleado
- Aplicaciones de la papelería corporativa
- Recomendaciones

- MANUAL DE SEÑALÉTICA
 - Modo de uso
 - índice
 - Módulos
 - submódulos
 - Formas de señales
 - Formas contenedoras
 - Pictogramas
 - Colores
 - Fichas señaléticas
 - Prototipos isométricos
 - Distribución en el plano
 - Recomendaciones

Para la segunda propuesta, se realizó una estructura más corta y con la información más condensada, ya que incluía de una manera superficial todos los elementos, fue indispensable tomar elementos clave para que, aunque tenía menos elementos, los lineamientos principales pudieran permitir un correcto uso de la marca en todas sus versiones y formas.

La estructura de este segundo prototipo fue la siguiente

- Portada
- Índice
- Introducción
- Modo de Uso
- Elementos básicos de la identidad visual:
 - Logotipo
 - Tamaño Mínimo
 - Área de protección
 - Colores corporativos
 - Variaciones de color
 - Tipografía Corporativa
 - Usos incorrectos
 - Motivo
- Papelería corporativa
 - Papel membretado
 - Sobre corporativo
 - Carnet de la empresa
 - Tarjeta de presentación
- Aplicaciones
 - Mockups de la marca y la papelería corporativa.
 - Elementos básicos en la señalética corporativa.
 - Diseño de pictogramas esenciales.
 - Mockups de la aplicación de la marca, oficina y señalética

Selección

Mediante un proceso de validación se llegó a la conclusión de que la opción más viable para el máximo aprovechamiento del proyecto es la creación de un BrandBook, ya que este permitía condensar de una manera más amplia todos los lineamientos sin dejar elementos excluidos.

Como primera fase se realizó la redacción de cada una de sus partes, así como la estructura que llevaría.

Como paso siguiente, se agregó los elementos y se definió la línea gráfica, se agregó los títulos, la información de la empresa y los elementos básicos de la identidad corporativa.

Luego, se realizó el diseño de la papelería corporativa y todo lo que comprende la misma, se trabajó paso a paso con todos los elementos y se fue diseñando desde el papel membretado, el sobre corporativo, el carné de la empresa y la tarjeta de presentación, todo esto realizado respetando la línea gráfica y la identidad de la marca.

Como paso final, se trabajó en la señalética, este fue el proceso más largo ya que para poder realizarlo se elaboró una reunión con los ejecutivos del departamento y se realizó un tour por todo el edificio para poder ir identificando cada una de las oficinas y lugares que necesitaban ser señalizados, luego, se realizó el plano del lugar para poder organizar donde irían cada una de las señales, al finalizar esta parte se definió los módulos, submódulos, los colores, las formas de las señales y sus formas contenedoras, al tener eso realizado, se

procedió a realizar las fichas y luego los prototipos. Como paso final para dar una mejor visualización de lo realizado se hizo fotomontajes y se procedió a hacer las recomendaciones que tienen que seguir para poder imprimir de una manera correcta y darle el uso adecuado.

Para finalizar se realizó la contraportada y se preparó todo el documento para que estuviera listo para imprimir.

Implementación

Se realizó una reunión con los ejecutivos del departamento para hacer la presentación final y así explicar de manera detallada cada una de las partes realizadas en el proyecto, se les brindó la inducción necesaria para que conocieran el funcionamiento correcto del brandbook.

Aprendizaje

Como última fase del proyecto, se realizó un proceso de feedback mediante una encuesta para medir los indicadores de evaluación, ya que era indispensable conocer el alcance y la satisfacción de la empresa con el resultado final.

Esto permitió determinar la calidad del proyecto y si cumplía con todos los objetivos que tenía la empresa al realizar el brief. El hacer preguntas detalladas y poder conectar con el problema, permitió a la practicante simpatizar con la marca e identificar su identidad, valores, sobre todo con la estética y la forma en la que se proyecta la marca al público general.

3.5.2 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

A continuación, se presenta el cronograma del desarrollo de cada una de las fases y las actividades que se elaboraron en ella para la creación de proyecto “Brandbook: Emsula”.

En este cronograma se detallan los tiempos específicos en los que la practicante realizó el proyecto, desde la fase de definición e investigación, desarrollo de diseños, selección, hasta la implementación y el feedback por parte de la empresa.

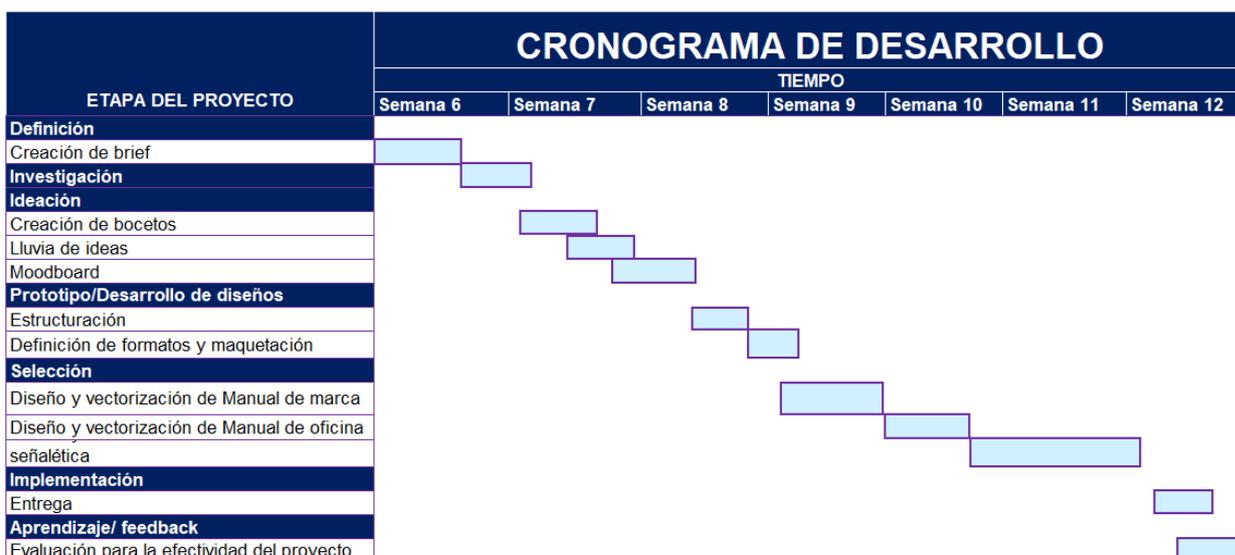


Imagen 3: Cronograma de desarrollo

En el siguiente cuadro se desglosa todo el proceso que llevará a cabo la empresa al momento de implementar el brandbook, sobre todo la señalética de la empresa.

Esto les permite llevar una pauta tentativa de los tiempos para que el proyecto pueda realizarse de forma organizada.

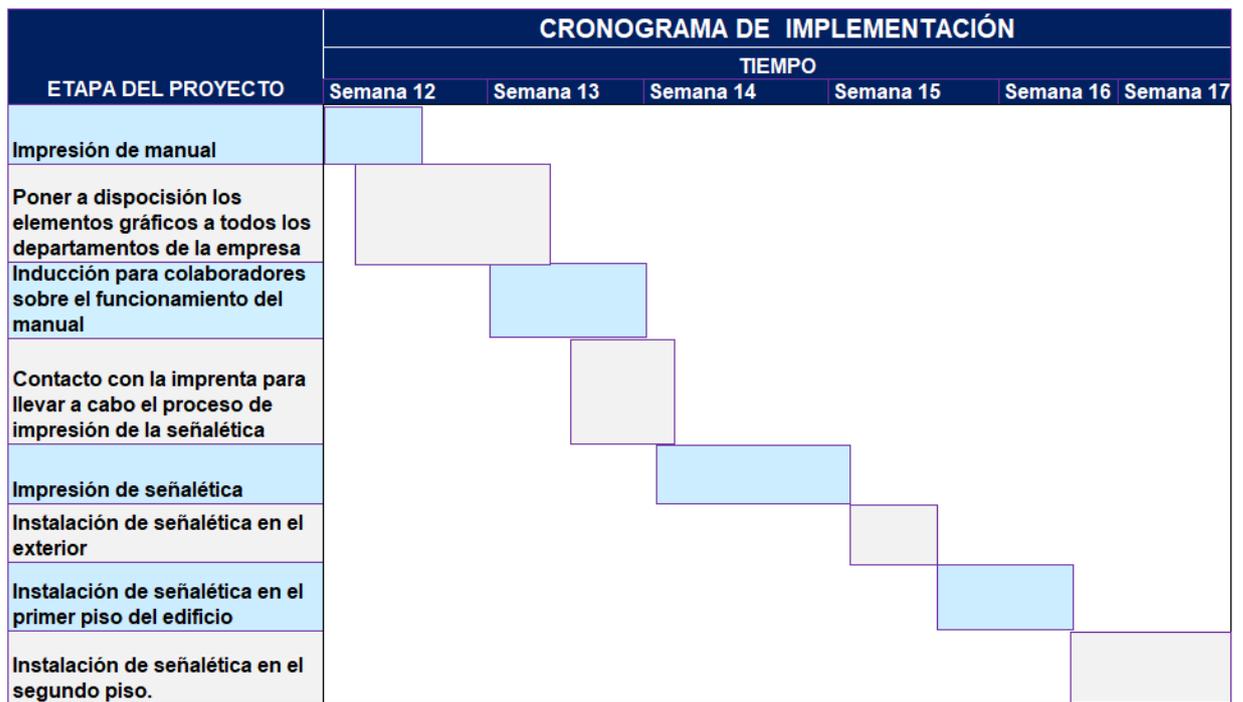


Imagen 4: Cronograma de implementación

3.5.3 Presupuesto Requerido

El presupuesto para el proyecto se divide en dos partes, la primera parte es el precio por la elaboración del BrandBook, donde se desglosan las fases y el tiempo que tomó desarrollarlas. En la segunda parte se realizó un presupuesto detallado de la inversión que tendría que hacer la empresa para utilizar la señalética.

El pago a la diseñadora por el proyecto se realizó en base a las horas trabajadas y al precio por hora.

La cotización se realizó con tres diferentes proveedores, la primera fue en Imprex Impresiones de Excelencia S. de R.L, donde el presupuesto se dividió en dos materiales para impresión (Vinil reflectivo 3m o vinil reflectivo genérico).

En total de impresiones será de 42 señalizaciones con diferentes medidas cada una, permitiéndoles adaptarse en las dimensiones del edificio.

El segundo proveedor fue Printec Honduras, donde el material de impresión de las 42 piezas es PVC. Es importante considerar que al tomar en cuenta este proveedor se tendrán que hacer cambios con más frecuencia de las piezas, sobre todo las de exterior ya que, al no ser un material exclusivo para exterior, puede deteriorarse más rápido con el tiempo.

Como tercer proveedor se escogió a Copy Color, donde el material de impresión es sticker sobre lámina para exteriores y sticker sobre PVC para interiores. Considerando que la impresión es un sticker sobre el material, el deterioro es más rápido y se tendrá que cambiar al menos una vez cada dos años para exteriores.

Para los tres proveedores se incluyó el costo de instalación, impresión y los soportes de señalizaciones que lo necesiten.

Se pone a disposición de EMSULA S.A. los diferentes precios y el desglose de estos, para que sea un proceso transparente y sea más fácil tomar la decisión final sobre cuál material será el elegido para la señalética del Centro de Capacitación y Desarrollo.

Cotización de diseñadora gráfica

| DISEÑADOR /MANO DE OBRA | |
|--------------------------|-------------|
| Pago por proyecto | L 38,400.00 |
| Días hábiles | 32 |
| Horas de trabajo por día | 8 |
| Precio por hora | L 150.00 |

Imagen 5: costo total de mano de obra

| DESGLOSE DE TRABAJO | DESCRIPCIÓN | HORAS TRABAJADAS |
|---|-------------|------------------|
| Investigación | Diseñadora | 12 |
| Lluvia de ideas | Diseñadora | 5 |
| Moodboard | Diseñadora | 6 |
| Conceptualización | Diseñadora | 12 |
| Bocetaje | Diseñadora | 9 |
| Vectorización | Diseñadora | 40 |
| Diseño y estructura de manual de marca | Diseñadora | 45 |
| Diseño y estructura de manual de oficina | Diseñadora | 45 |
| Diseño y estructura de manual de señalética | Diseñadora | 60 |
| Cotización para impresión de señalética | Diseñadora | 6 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| TOTAL DE HORAS TRABAJADAS | 240 |
|----------------------------------|-----|

Imagen 6: Desglose del trabajo realizado por la diseñadora

Cotizaciones con de proveedores

| INVERSIÓN EN LA APLICACIÓN DE BRANDBOOK EN EMSULA S.A | | | | |
|--|-----------|------------------|------------|------------|
| PROVEEDOR: IMPREX HONDURAS | | | | |
| Descripción | Cantidad | Horas de trabajo | PRECIO | total |
| Pruebas de color | 1 | 10 | L 850.00 | 850 |
| OPCIÓN DE IMPRESIÓN 1: Impresión sobre vinil reflectivo genérico/ vinil reflectivo genérico sobre lámina galvanizada con instalación incluida | 42 piezas | 80 | L 4,932.19 | 4932.19 |
| Capacitación al personal para el funcionamiento del brandbook | 1 | 4 | 1000 | L 4,000.00 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | | | | L 9,782.19 |

| INVERSIÓN EN LA APLICACIÓN DE BRANDBOOK EN EMSULA S.A | | | | |
|---|-----------|------------------|------------|-------------|
| PROVEEDOR: IMPREX HONDURAS | | | | |
| Descripción | Cantidad | Horas de trabajo | PRECIO | total |
| Pruebas de color | 1 | 10 | L 1,200.00 | L 1,200.00 |
| OPCIÓN DE IMPRESIÓN 2: Impresión sobre vinil reflectivo 3m / vinil reflectivo 3m sobre lámina galvanizada con instalación incluida | 42 piezas | 80 | L 5,417.95 | L 5,417.95 |
| Capacitación al personal para el funcionamiento del brandbook | 1 | 4 | 1000 | L 4,000.00 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | | | | L 10,617.95 |

Imagen 7: Presupuestos para la impresión de la señalética Imprex Honduras

| INVERSIÓN Y APLICACIÓN DE BRANDBOOK EN EMSULA S.A | | | | |
|---|-----------|------------------|-------------|-------------|
| PROVEEDOR: PRINTEC HONDURAS | | | | |
| Descripción | Cantidad | Horas de trabajo | PRECIO | total |
| Pruebas de color | 1 | 10 | L 3,000.00 | L 3,000.00 |
| Impresión sobre PVC con estructura e instalación incluidas. | 42 piezas | 150 | L 14,697.00 | L 14,697.00 |
| Capacitación al personal para el funcionamiento del brandbook | 1 | 4 | L 2,500.00 | L 10,000.00 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | | | | L 27,697.00 |

Imagen 8 Presupuesto para la impresión e instalación de señalética Printec Honduras

| INVERSIÓN Y APLICACIÓN DE BRANDBOOK EN EMSULA S.A | | | | |
|--|-----------|------------------|-------------|-------------|
| PROVEEDOR: COPY COLOR | | | | |
| Descripción | Cantidad | Horas de trabajo | PRECIO | total |
| Pruebas de color | 1 | 10 | L 2,800.00 | L 2,800.00 |
| Impresión de sticker sobre lámina para exteriores e impresión de sticker sobre PVC con instalación y soportes incluidos. | 42 piezas | 180 | L 12,694.85 | L 12,694.85 |
| Capacitación al personal para el funcionamiento del brandbook | 1 | 4 | L 2,300.00 | L 9,200.00 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | | | | L 24,694.85 |

Imagen 9 Presupuesto para la impresión e instalación de señalética Copy Color

3.5.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

Los criterios utilizados para la medición de la efectividad y calidad del Proyecto se establecieron en base al cumplimiento de lo solicitado en el proceso del briefing, se realizó mediante diez preguntas indicadoras que son las que brindarán el feedback de evaluación.

Brandbook EMSULA S.A

Indicadores de Evaluación

| INDICADOR | CUMPLIMIENTO | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| | CUMPLE | NO CUMPLE |
| ¿El Brandbook es funcional? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿En el Brandbook se ven reflejados los valores y la identidad de la marca? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿Los lineamientos planteados en el Brandbook son fáciles de entender y aplicar? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿El modo de uso y las recomendaciones al estudiar el manual son claras? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿La papelería corporativa diseñada en el BrandBook conserva el minimalismo y profesionalismo de la marca? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿Los colores y elementos utilizados en el diseño de la papelería corporativa se complementan con la esencia de la marca? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿Las señalizaciones diseñadas son cumplen con los parámetros estéticos que requiere la empresa? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿Considera que la nueva señalética del edificio ayudará en el proceso de adaptación de nuevos colaboradores y practicantes? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿La señalética se entiende a la perfección al momento de visualizarla? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ¿El proyecto cumple con lo establecido en el brief y con las necesidades que presentaba la empresa? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Imagen 10: Indicador de evaluación aplicado a los colaboradores de EMSULA.S.A

CA PÍ TU LO IV

Conclusiones,
Recomendaciones
y Reflexiones

Capítulo IV. Conclusiones, reflexiones y recomendaciones

Conclusiones

4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional

- 4.1.1 Durante la estadía de la practicante en EMSULA S.A pudo aplicar todos los conocimientos adquiridos en su formación como diseñadora gráfica en UNITEC, esto permitió que pudiera trabajar de una manera creatividad en el diseño de la imagen visual corporativa de la empresa.
- 4.1.2 La creación del manual de identidad visual corporativa del Departamento de Estadística Comercial le permitió vivir la experiencia de trabajar con empresas que ya están posicionadas en el rubro de las creadoras y productoras de productos alimenticios.
- 4.1.3 Logró facilitar el proceso de inducción de los colaboradores de EMSULA S.A mediante el diseño y ejecución de infografías animadas que sirvieron como instructivos básicos para conocer los documentos importantes que se manejan en el departamento.

Reflexiones

4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica

- 4.2.1 Realizar la práctica profesional en Embotelladora de Sula S.A. permitió que la practicante pudiera vivir la experiencia de desarrollarse en el ámbito profesional en un clima laboral positivo y con mucha armonía.
- 4.2.2 El poder aplicar sus conocimientos como diseñadora gráfica le permitió a la practicante observar las áreas donde necesitaba comenzar a trabajar para mejorarlas y en las que tenía más habilidad.
- 4.2.3 Realizar la identidad visual corporativa del departamento le permitió a la practicante aplicar todos sus conocimientos, sin embargo, también logró mejorar sus relaciones interpersonales, ya que la comunicación constante con los colaboradores de la empresa fue clave para lograr culminar con excelencia sus labores como practicante.

Recomendaciones

4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros Practicantes

- 4.3.1 En base a lo experimentado en EMSULA S.A, un aspecto donde pueden encontrar una oportunidad de mejora es en la sincronización y comunicación entre departamentos, ya que esto demora el proceso de obtención de resultados o que se tergiverse la información.
- 4.3.2 Se recomienda a EMSULA. S.A que tengan más flexibilidad a compartir el material gráfico de la marca, ya que esto facilitará el proceso de creativo y conceptual a los futuros practicantes de diseño gráfico que desarrollen labores en la empresa.
- 4.3.3 A futuros practicantes se les recomienda ser organizados desde el día uno, utilizar herramientas como “Notion” les permitirá tener un mejor control de sus actividades y asignaciones ya que es indispensable que tengan un respaldo de todo lo que realizan, una buena planificación les permitirá facilitar el proceso al realizar las bitácoras y el informe de práctica profesional, así como una nueva rutina para todo lo que desarrollen a nivel profesional.



**BI
BLIO
GRA
FÍA**



Bibliografía

- EMSULA. (2021). *EMSULA*. Retrieved from <https://emsula.hn>
- Ambrose, Harris. (2010). *Metodología del Diseño* (1a ed.). Parramón
Arquitectura y Diseño.
<file:///C:/Users/DELL/Desktop/PP/CLASE%20DE%20PRÁCTICA/60921c7a1a416a68f6859db5eb3494474868ac8b.pdf>
- aura. (2021, abril 24). Importancia de la papelería corporativa. *Aura Creativa*.
<https://auracreativa.com/papeleria-corporativa/>
- Díaz, A. (2022). *Entrevista* [Comunicación personal].
- EMSULA. (2021). *Creative homepage*. EMSULA. <https://emsula.hn/>
- Interés, G. I. G. (2020, octubre 5). *Señalética corporativa para empresas*.
<https://www.grupointeres.com/senaletica-corporativa-para-empresas/>
- Martínez de Guereñu, N. (2020, febrero 11). *La importancia de crear una buena identidad visual corporativa*. <https://eteekin.eus/crear-una-buena-identidad-visual-corporativa/>
- Neumeier, M. (2022). *Customer Experience*. Liquid Agency.
<https://www.liquidagency.com/customer-experience/>
- Saviat. (2019, enero 28). *¿Qué es un manual de identidad corporativa y cuál es su importancia?* Saviat. <https://www.saviat.net/es/blog/importancia-tener-manual-identidad-corporativa>

**GLO
SA
RIO**

Glosario

1. Bocetaje

Se refiere a las primeras líneas y trazos hechos para definir las características principales del diseño o de la ilustración.

2. Brandboard

Es una versión muy reducida de un Manual de Marca, su traducción sería algo así como “pizarra de tu marca” y en él puedes encontrar los elementos esenciales para poder dar uso a tu logotipo y principales características visuales de tu proyecto.

3. Branding

Es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo.

4. Brief

El brief o briefing es un documento claro y conciso que guía a una persona o grupo de personas para realizar un proyecto o tarea determinada, con el cual se tiene un panorama completo de qué es lo que se busca, cómo se hará, en qué tiempo y en qué contexto en particular.

5. Cronograma

El cronograma es una herramienta esencial para elaborar calendarios de trabajo o actividades. Un documento en el que se establece la duración de un proyecto, la fecha de inicio y final de cada tarea; es decir, una manera sencilla de organizar el trabajo.

6. Diagramación

La diagramación es un ámbito del diseño el cual se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Todos estos elementos pueden encontrarse en medios impresos y electrónicos, como periódicos, libros, revistas, etc.

7. Diseño Gráfico

El diseño gráfico es la profesión, disciplina académica y arte aplicada cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales con objetivos determinados, donde es habitual el uso de texto y gráficos para comunicarse visualmente.

8. Feedback

Es el proceso a través del cual se genera una respuesta a la emisión de un mensaje. Puede ser de dos tipos, positiva o negativa dependiendo de las consecuencias del funcionamiento de un sistema.

9. Formato

Forma estándar en la que se codifica la información guardada en un archivo de computadora. O la estructura de un archivo que le dice a un programa cómo mostrar su contenido.

10. Imagen visual corporativa

La identidad visual es la construcción de varios elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca, sus valores y el posicionamiento en el mercado hacia su público. Algunos de estos elementos de marca son: nombre, logo, empaque del producto y más.

11. Imagotipo

El imagotipo es la forma de representar de forma gráfica un producto, empresa o marca utilizando una o varias palabras con una imagen icónica.

12. Infografía

Es una herramienta de contenido visual que permite compartir información de forma breve y completa.

13. Línea gráfica

Conjunto de características gráficas definidas que distingue una marca. Por ejemplo, el logotipo, las tipografías, los colores, etc. No es solo una cuestión de estética o de diseño: se trata de cómo se quiere ser recordado por el público.

14. Logotipo

Un logotipo es un signo gráfico conformado únicamente con palabras que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada.

15. Marca

Conjunto de elementos gráficos que representan a una empresa, entidad o producto.

16. Minimalismo

Se refiere a todo aquello que es reducido a lo esencial, despojando elementos que no son de gran utilidad.

17. Mockup

Es un fotomontaje a través del cual los diseñadores gráficos pueden presentar sus propuestas a los clientes.

18. Moodboard

El Moodboard es una herramienta visual que puede ser física o digital. No es un sencillo collage bonito, no. Es un collage hecho con intención, con estrategia y como síntesis de las ideas al momento de diseñar.

19. Papel membretado

Diseño que utilizado en un folio de papel para transmitir la identidad visual. El membrete es el signo de la empresa, la imagen, este va —generalmente— en la parte superior de una carta y colocado de manera centrada, aunque también lo podemos ubicar en algunas de las orillas e, incluso, en la parte inferior de la hoja membretada.

20. Papelería corporativa

La papelería corporativa o también llamada entidad corporativa son todos los elementos gráficos utilizados por nuestra empresa para la comunicación o marketing como, cartas, sobres, tarjetas, facturas, albaranes, etc.

21. Pauta

Norma o modelo que sirve de guía para hacer algo.

22. Proceso Creativo

Conjunto de pensamientos e ideas mediante el cual se crea algo novedoso, para concretar una idea en el plano material es necesario seguir una serie de pasos estructurados.

23. Prototipo

Un prototipo es un primer modelo que sirve como representación o simulación del producto final y que nos permite verificar el diseño y confirmar que cuenta con las características específicas planteadas.

24. Recursos

Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa.

25. Señalética

Sistema o conjunto de señales, avisos o letreros que sirven para orientarse.

26. Sobre corporativo

Un elemento básico para muchas empresas para el envío de cartas a sus clientes o contactos. Los sobres pueden ser personalizados en todos sus tamaños.

27. Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación son una representación de los datos más importantes de una empresa, de una persona o negocio.

28. Tipografía

Las tipografías son los diferentes estilos o tipos de letras que podemos elegir al hacer un diseño o escribir un texto

29. Vectorizado

El vectorizado consiste en convertir imágenes que están formadas por píxeles en imágenes formadas por vectores.

30. Vinil

El vinil impreso es un adhesivo blanco al cual se le imprime el diseño deseado.

Se suele utilizar para imprimir imágenes con diferentes colores y degradados,

ya que, a diferencia del vinilo de corte, no tiene restricciones de color ni forma.

A

NE

XOS



Imagen 11 moodboard para diseño de línea gráfica del departamento



Imagen 12 Brandboard propuesta de imagotipo



Imagen 13 Brandboard Propuesta isologotipo

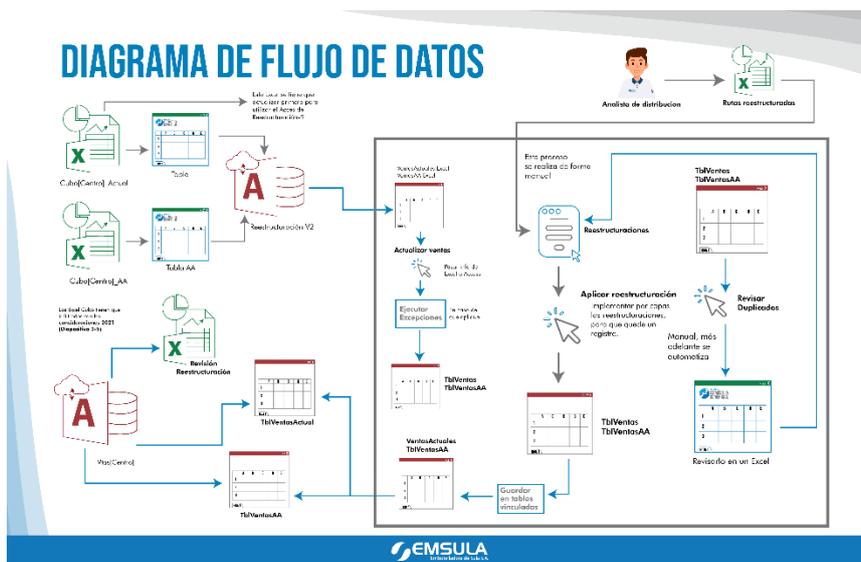


Imagen 14 Diagrama de flujos para el Departamento de Estadística Comercial

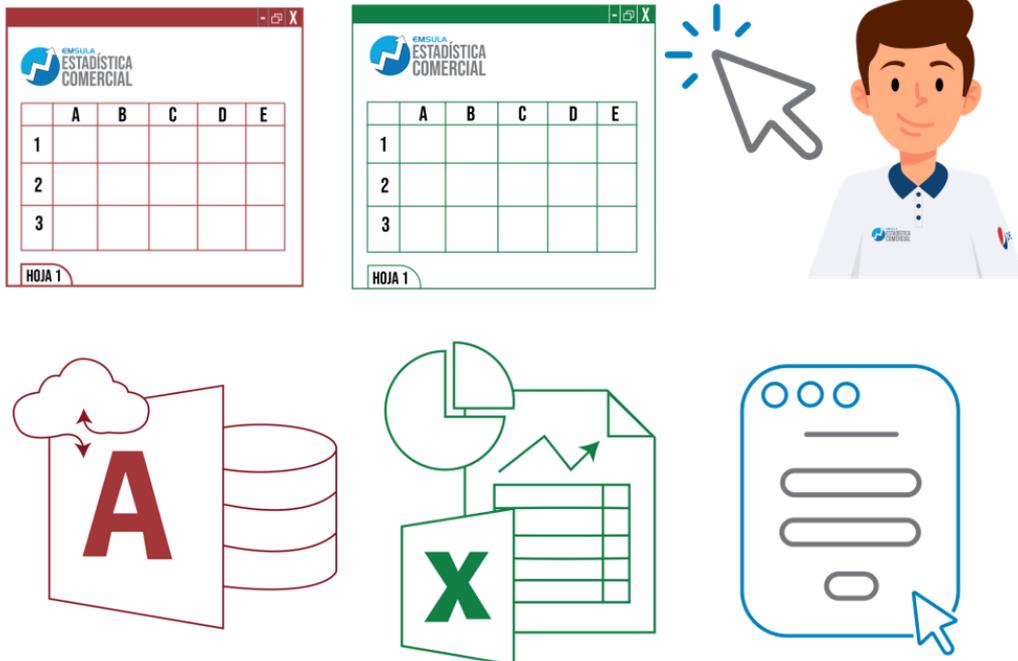


Imagen 15 Elementos diagrama de flujos para el Departamento de Estadística Comercial



Imagen 16 Mockup sobre primera propuesta de isologo



Imagen 17 Portada para Sway

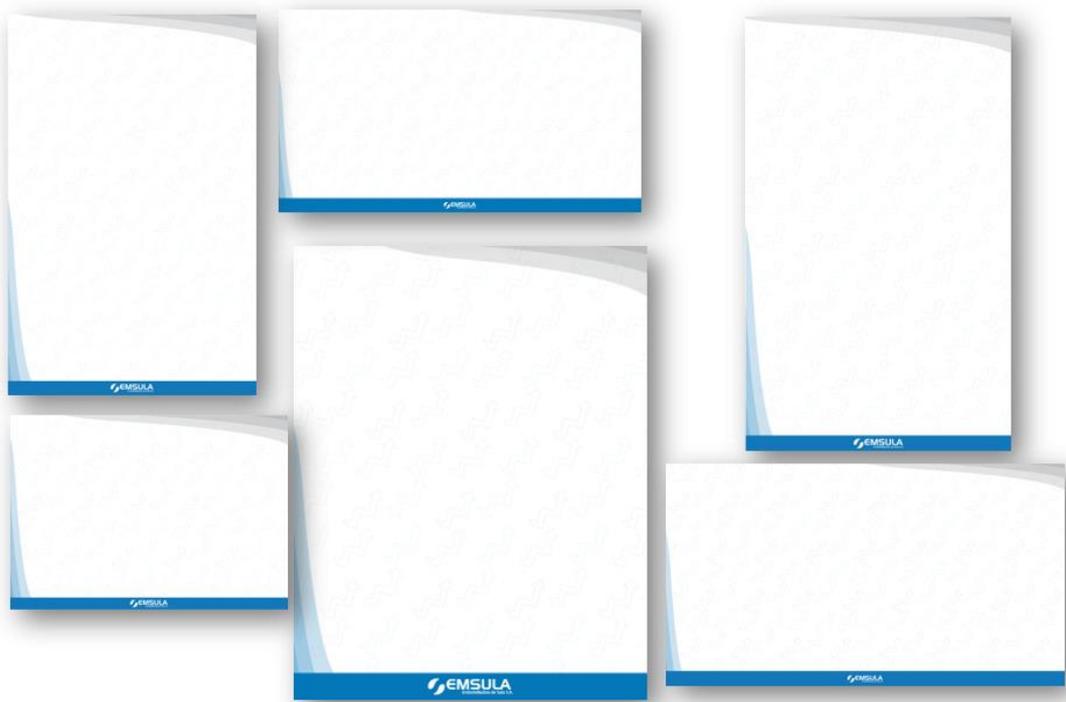


Imagen 18 Adaptación de plantilla en diferentes tamaños para Power BI



Imagen 19 Elementos creados para presentación de cierre de año EMSULA S.A.



Imagen 20 Elementos presentación fin de año



Imagen 21 Portada manual de Identidad visual Corporativa de Estadística comercial



Imagen 22 Área de protección del manual de identidad visual corporativa



Imagen 23 Tipografía corporativa establecida en el manual

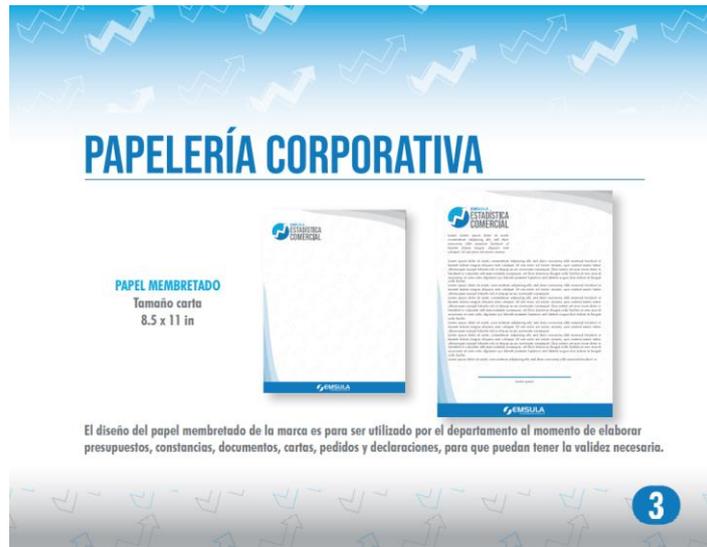


Imagen 24 Aplicaciones de la marca



Imagen 25 Uniforme corporativo



Imagen 26 Tarjeta de presentación propuesta 1



ABDIEL DÍAZ
JEFE DE ESTADÍSTICA COMERCIAL
+504 3334-4468 | EXTENSIÓN 1262



Imagen 27 Tarjeta de presentación propuesta 2

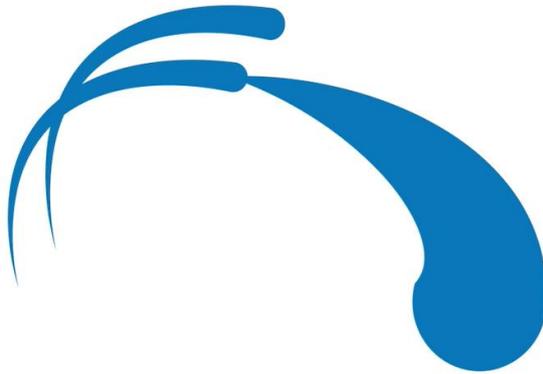


Imagen 28 Introducción animada de imagotipo para infografías

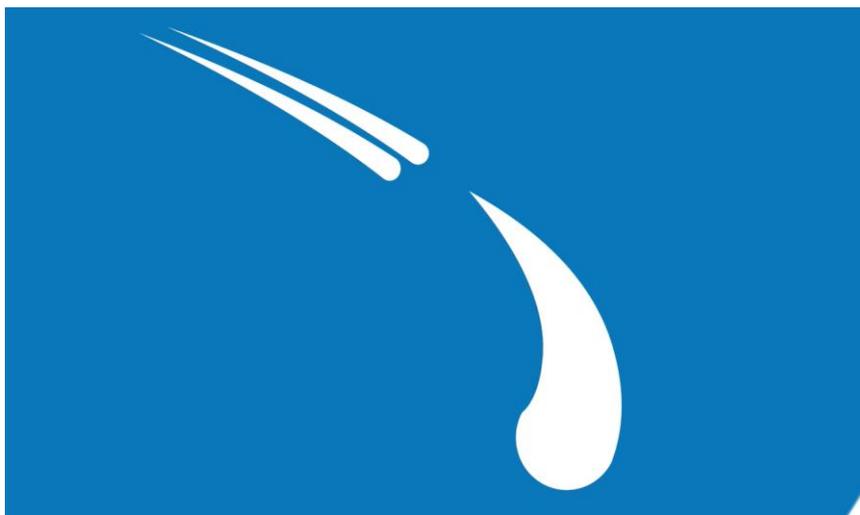


Imagen 29 Animación de imagotipo como introducción para infografías

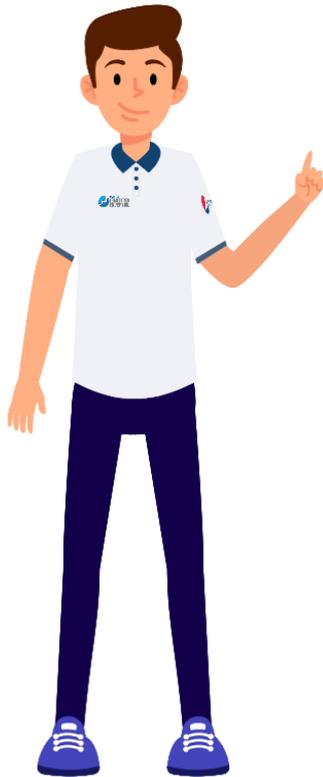


Imagen 30 Personaje para infografías



¿QUÉ ES UNA PIVOT?



Es el resumen de las ventas a nivel nacional que incluye el acumulado (mes y año actual), las ventas diarias y del año anterior, las comparaciones de los últimos dos años y presupuestos.

Imagen 31 Extracto de la infografía animada "Introducción a la PIVOT"



Imagen 32 Extracto infografía "elementos de una PIVOT"



Imagen 33 Elementos para Presentación Infográfica



Imagen 34 Diseño de portada para informe de Canal Moderno

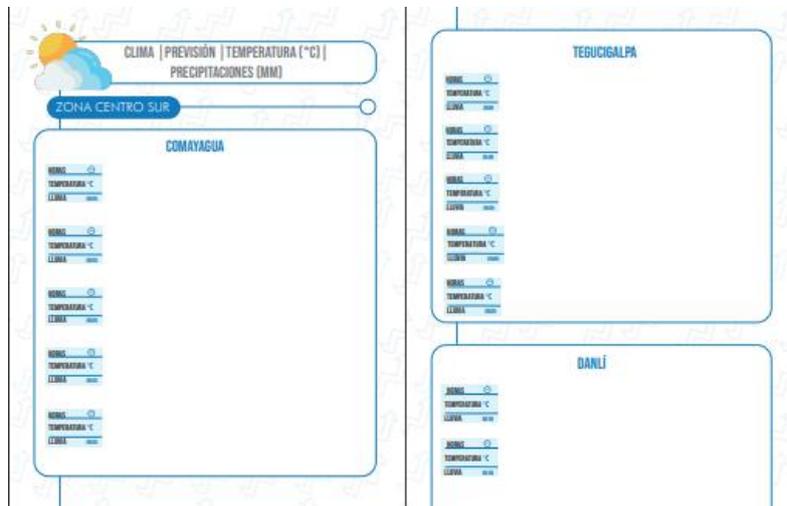


Imagen 35 Plantilla de pronóstico Meteorológico Zona Sur

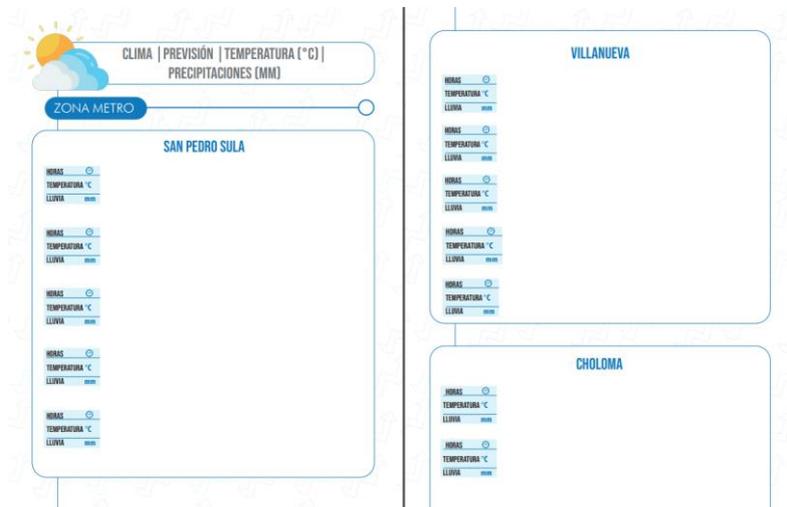


Imagen 36 Plantilla de Pronóstico Meteorológico Zona Metro

COTIZACIÓN

Atención:
DULCE MAJANO
RTN: 18042002003817

Cotización n.º
COT-0010720

| Fecha de la cotización | Fecha de vencimiento | Vendedor | Celular Asesor |
|------------------------|----------------------|--------------|----------------|
| 08/12/2022 | 22/12/2022 | Marlon Lopez | 31460929 |

| Item | Artículo & Descripción | ANCHO | ALTO | UNIDAD DE MEDIDA | Cantidad | Precio Unitario | Total |
|------|--|-------|-------|------------------|----------|-----------------|--------|
| 1 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Mapa General | 20.00 | 20.00 | plg | 1 pcs | 588.00 | 588.00 |
| 2 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Estacionamiento | 12.00 | 5.00 | plg | 1 pcs | 88.20 | 88.20 |
| 3 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Enfermeria | 12.00 | 14.00 | plg | 1 pcs | 246.96 | 246.96 |
| 4 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Entrada | 8.00 | 12.00 | plg | 1 pcs | 141.12 | 141.12 |
| 5 | VINIL S/PVC 3MM Impreso full color Recepcion, Cocina, Sala de Jefes SPS, Sala de Desarrollo de Proyectos, Salida, Bodega, Bodega, Baños, Pulperia, Salida, Entrada, Salida, Cocina. | 10.00 | 7.00 | plg | 13 in | 24.50 | 318.50 |
| 6 | VINIL S/PVC 3MM Impreso full color Administración, Gerencia, Sala de preventas, Distribución, Sala Peppi, Estadística, Ingeniería | 12.00 | 5.00 | plg | 7 in | 21.00 | 147.00 |

Imagen 37 Cotización para propuesta de mejora Imprex Honduras

| Item | Artículo & Descripción | ANCHO | ALTO | UNIDAD DE MEDIDA | Cantidad | Precio Unitario | Total |
|------|--|-------|-------|------------------|----------|-----------------|----------|
| 7 | VINIL S/PVC 3MM Impreso full color Bodega, Salida de Emergencia | 8.00 | 12.00 | plg | 2 in | 33.60 | 67.20 |
| 8 | VINIL S/PVC 3MM Impreso full color Baño de Hombres, Baño de Mujeres, Asistentes de Gerencia, Baños de Mujer, Bodegas de almacenamiento, Sala de Preventas, Panel Eléctrico, Sala de Entrenamiento. | 12.00 | 6.00 | plg | 8 in | 25.20 | 201.60 |
| 9 | VINIL S/PVC 3MM Impreso full color Visión, Misión y Valores | 24.00 | 36.00 | plg | 3 in | 302.40 | 907.20 |
| 10 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Enfermeria | 10.00 | 7.00 | plg | 1 pcs | 102.90 | 102.90 |
| 11 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Cajero Automatico | 12.00 | 6.00 | plg | 1 pcs | 105.84 | 105.84 |
| 12 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado punto de encuentro | 20.00 | 20.00 | plg | 1 pcs | 588.00 | 588.00 |
| 13 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Entrada | 10.00 | 7.00 | plg | 1 pcs | 102.90 | 102.90 |
| 14 | VINIL REFLECTIVO Reflectivo 3M Sobre lamina Galvanizada impreso full color laminado Area de Desinfeccion | 12.00 | 6.00 | plg | 1 pcs | 105.84 | 105.84 |
| 15 | INSTALACION En sps | 1.00 | 1.00 | plg | 1 | 1,000.00 | 1,000.00 |

Esperando que la información anterior sea de su entera satisfacción.
Le agradecemos el brindarnos la oportunidad de poder servirle.

| | |
|--|----------|
| Subtotal | 4,711.26 |
| Descuentos y Rebajas Otorgados (L) (0%) | 0.00 |
| Importe Exento (L) (0%) | 0.00 |
| Importe Exonerado (L) (0%) | 0.00 |

Imagen 38 Segunda parte de cotización para propuesta de mejora Imprex Honduras

3 Calle NO 12 y 13 Ave. Barrio Los Andes

San Pedro Sula
Honduras
Teléfono +5049970-8560
www.printec.hn
RTN: 05019014671301
E-Mail: fabiana@printec.hn
Fecha: 31-01-2023 10:34:16
Valida hasta:

SAMANTHA RODRIGUEZ

SPS

Condiciones:
Moneda: Honduras, Lempiras

| Descripción | Precio de venta | Cantidad | Total |
|---|-----------------|----------|-----------------|
| 1 PVC MAPA GENERAL 20X20 PVC | 200.00 L | 1.00 | 200.00 L |
| 2 PVC ESTACIONAMIENTO 12X15 PVC | 100.00 L | 1.00 | 100.00 L |
| 3 PVC ENFERMERIA 12X14 | 100.00 L | 1.00 | 100.00 L |
| 4 PVC BX12 ENTRADA | 100.00 L | 1.00 | 100.00 L |
| 5 PVC RECEPCION 10x17 | 100.00 L | 1.00 | 100.00 L |
| 6 PVC BODEGA BX12 | 100.00 L | 1.00 | 100.00 L |
| 7 PVC ADMINISTRACION 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 8 PVC GERENCIA 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 9 PVC SALA DE PREVENTA 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 10 PVC DISTRIBUCION 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 11 PVC PEPSI 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |

PRINTEC - 3 Calle NO 12 y 13 Ave. Barrio Los Andes - 21022 San Pedro Sula - Cortés

Imagen 39 Cotización para propuesta de mejora Printec Honduras

| Descripción | Precio de venta | Cantidad | Total |
|--|-----------------|----------|-----------------|
| 12 PVC ESTADISTICA 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 13 PVC INGENIERIA 12X5 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 14 PVC COCINA 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 15 PVC BANO HOMBRES Y MUJERES 12X6 | 50.00 L | 2.00 | 100.00 L |
| 16 PVC ASISTENTE GERENCIA 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 17 PVC SALA JEFE SPS 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 18 PVC SALA DESARROLLO PROYECTOS | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 19 PVC BANO DE MUJER 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 20 PVC SALIDA EMERGENCIA BX12 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 21 PVC VISION 24X36 | 400.00 L | 1.00 | 400.00 L |
| 22 PVC VISION 24X36 | 400.00 L | 1.00 | 400.00 L |
| 23 PVC VALORES DE EMPRESA 24X36 | 400.00 L | 1.00 | 400.00 L |
| 24 PVC SALIDA 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 25 PVC ENFERMERIA 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 26 PVC CAJERO AUTOMATICO 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 27 PVC BODEGAS ALMACENAMIENTO 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 28 PVC PUNTO DE ENCUENTRO 20X20 | 180.00 L | 1.00 | 180.00 L |

PRINTEC - 3 Calle NO 12 y 13 Ave. Barrio Los Andes - 21022 San Pedro Sula - Cortés

Imagen 40 Segunda parte cotización para propuesta de mejora Printec Honduras

| Descripción | Precio de venta | Cantidad | Total |
|--|-----------------|----------|--------------------|
| 29 PVC SALA PREVENTAS 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 30 PVC BODEGA 10X7 | 50.00 L | 2.00 | 100.00 L |
| 31 PVC BAÑOS 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 32 PVC PANEL ELECTRICO 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 33 PVC SALA ENTRETENIMIENTO 12X6 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 34 PVC PULPERIA 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 35 PVC ENTRADA Y SALIDA | 50.00 L | 4.00 | 200.00 L |
| 36 PVC COCINA 10X7 | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 37 PVC AREA DESINFECCION | 50.00 L | 1.00 | 50.00 L |
| 38 SERVICIO INSTALACIÓN PARED 34 UNIDADES | 5,400.00 L | 1.00 | 5,400.00 L |
| 39 SERVICIO INSTALACIÓN COLGANTES 6 UNIDADES | 1,200.00 L | 1.00 | 1,200.00 L |
| 40 SERVICIO INSTALACIÓN ESTRUCTURA +INSTALACION 1 UNIDAD | 2,500.00 L | 1.00 | 2,500.00 L |
| Sub Total | | | 12,780.00 L |
| Descuento | | | 0.00 L |
| 15% ISV | | | 1,917.00 L |
| TOTAL: | | | 14,697.00 L |

Emisión de cheques a nombre de CM PUBLICIDAD S. DE R.L.

PRINTEC - 3 Calle NO 12 y 13 Avn. Barrio Los Andes • 21022 San Pedro Sula • Cortés

Imagen 41 Tercera parte cotización para propuesta de mejora Printec Honduras



COTIZACION

El Progreso, Yoro 31 de Enero de 2023
 Cliente: Samantha Rodriguez

A continuación se le detallan los precios de los siguientes servicios:

| Cant. | Descripción | Valor UNITARIO | Valor Total |
|----------------|--|----------------|-----------------|
| 1 | Sticker sobre lámina 20x20pulg. Mapa general con arandelas y cadena. | 340.00 | 340.00 |
| 1 | Sticker sobre lámina 12x5pulg. Estacionamiento, tape doble cara. | 180.00 | 180.00 |
| 1 | Sticker sobre lámina 12x14pulg. Enfermería, con tape doble cara. | 240.00 | 240.00 |
| 1 | Sticker sobre lámina 8x12pulg. Entrada, con tape doble cara. | 220.00 | 220.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 10x7pulg. Recepción, con arandelas y cadena | 170.00 | 170.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 8x12pulg. Bodega, con tape doble cara | 220.00 | 220.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 12x5pulg. Administración, con tape doble cara | 180.00 | 180.00 |
| Observaciones: | | Sub-Total | 1,550.00 |
| | | 15% ISV | 232.50 |
| | | TOTAL | 1,782.50 |

Esta orden es válida por 15 días a partir de la fecha de emisión. Para comenzar el trabajo debe adjuntar esta cotización con la firma del responsable de la misma.

Firma Autorización Cliente

Nishmet Montoya
Atendido Por:



Bo. El Centro Edif. Plaza Talleres, Calle del Comercio local 3 Frente a Repostería Ch.,
 2647-6320 / Cel:3391-1408, El Progreso, Yoro, Honduras. CA.
 copycolor.solution@hotmail.com / RTN: 05019015764552

Imagen 42 Primera parte cotización para propuesta de mejora Copy Color



COTIZACION

El Progreso, Yoro 31 de Enero de 2023
 Cliente: Samantha Rodriguez

A continuación se le detallan los precios de los siguientes servicios:

| Cant. | Descripción | Valor UNITARIO | Valor Total |
|----------------|---|----------------|-----------------|
| 1 | Sticker sobre lámina 10x7pulg. Entrada, con tape doble cara. | 170.00 | 170.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 10x7pulg. Salida, con tape doble cara. | 170.00 | 170.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 10x7pulg. Entrada, con tape doble cara. | 170.00 | 170.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 10x7pulg. Salida, con tape doble cara. | 170.00 | 170.00 |
| 1 | Sticker sobre PVC 10x7pulg. Cocina, con tape doble cara. | 170.00 | |
| 1 | Sticker sobre lámina 12x6pulg. Área de desinfección. Con arandelas y cadena | 320.00 | 320.00 |
| 1 | Rotulo con estructura 20x20pulg. Punto de encuentro, con instalación | 2,800.00 | 2,800.00 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Observaciones: | | Sub-Total | 3,800.00 |
| | | 15% IS/V | 570.00 |
| | | TOTAL | 4,370.00 |

Esta orden es válida por 15 días a partir de la fecha de emisión. Para comenzar el trabajo debe adjuntar esta cotización con la firma del responsable de la misma.

 Firma Autorización Cliente

 Nishmet Montoya
 Atendido Por:

Tel: _____
Correo: _____

Bo. El Centro Edif. Plaza Talhami, Calle del Comercio Local 3. Frente a Repostería Chi,
 2647-6320 / Cel.3391-1408, El Progreso, Yoro, Honduras. CA.
 copycolor.solution@hotmail.com / RTN: 05019015764552

Imagen 47 Sexta parte cotización para propuesta de mejora Copy Color

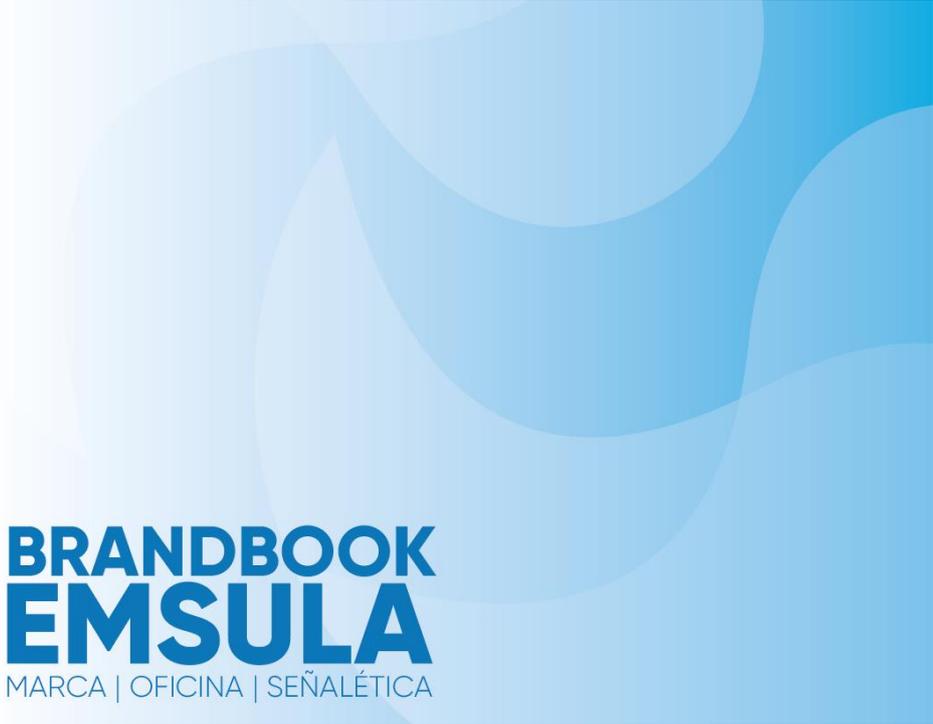


Imagen 48 Portada Brandbook EMSULA

Usos Incorrectos

A continuación se presentan una serie de lineamientos indispensables para poder utilizar la marca de la manera correcta.

De hacer caso omiso a las indicaciones se desechará todo material gráfico que no cumpla con los criterios establecidos dentro de este manual.



No voltear el isotipo en su forma horizontal, ni en su forma vertical.



No cambiar la dirección del isotipo.



No estirar o encoger el imagotipo hacia los lados.



No estirar o encoger el imagotipo hacia arriba o abajo.



No hacer aumento ni disminución del trazo seleccionado para el imagotipo.



No quitar ni mover elementos del imagotipo.

Imagen 49 Usos incorrectos de la marca

Legal

Medidas: 8.5 x 14 in



Imagen 50 Papelería Corporativa de Brandbook

Tarjeta de presentación

Medidas: 1.969 x 3.15 in



Imagen 51 Tarjetas de presentación de EMSULA S.A

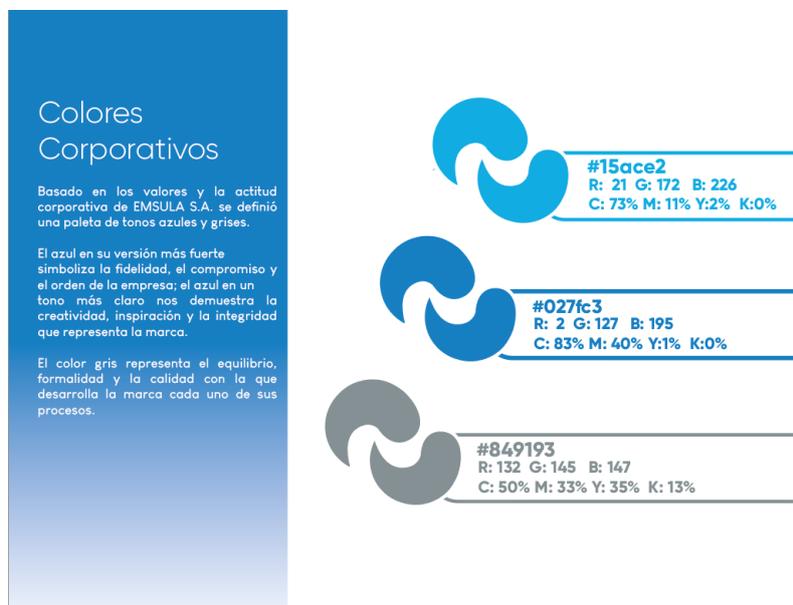


Imagen 52 Colores corporativos del Brandbook para EMSULA S.A.



Imagen 53 Tipografía corporativa



Imagen 54 Aplicaciones de empaques en el Brandbook para EMSULA S.A.



Imagen 55 Aplicaciones de la papelería corporativa de EMSULA S.A.



Imagen 56 Mockup Manual de identidad visual corporativa del Depto. Estadística Comercial

| SEMANA UNO | | | | | |
|----------------------|---|-----------------------------|---|----------|--|
| Día Y fecha | Descripción de la actividad | Horas de trabajo Invertidas | Persona que solicitó la actividad | Estatus | Observaciones/ Comentarios |
| Miércoles 12 Octubre | Reunión para desglose de actividades. | 3 horas | Lic. Edgar Ponce. | Aprobado | Se realizó una reunión donde se hizo un desglose de cada una de las actividades que desarrollaría dentro de la empresa. |
| | Revisión de Boletines e informes del departamento. | 2.5 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó la revisión de los informes para conocer su línea gráfica, ya que no cuentan con manual de marca. |
| | Proceso para generar ideas y bocetaje para línea gráfica. | 2.5 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó una lluvia de ideas y un moodboard como primera parte del desarrollo de la línea gráfica. |
| Jueves 13 Octubre | Definición de colores corporativos y tipografía del departamento. | 1.5 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó dos propuestas para definir los colores corporativos y la tipografía del departamento de estadística. |
| | Lluvia de ideas y bocetaje para propuestas de Logotipo. | 3 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó una lluvia de ideas para el diseño del logotipo del departamento de estadística y se procedió a realizar el bocetaje. |
| | Digitalización del primer boceto | 2.5 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó la digitalización del primer boceto para la imagen de marca del departamento. |
| | Definición de las versiones de color de la propuesta uno. | 1 hora | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | De definió los colores del isologo presentado en la primera propuesta y se trabajó en sus versiones de color. |

| Día Y fecha | Descripción de la actividad | Horas de trabajo Invertidas | Persona que solicitó la actividad | Estatus | Observaciones/ Comentarios |
|--------------------|---|-----------------------------|---|----------|---|
| Viernes 14 Octubre | Digitalización del segundo boceto | 3 horas | Lic. Edgar Ponce e Ing. Nelson Rosset. | Aprobado | Se realizó la digitalización del segundo boceto para la imagen de marca del departamento. |
| | Reunión para validación interna y elección de isologo/imagotipo | 1.5 horas | Lic. Edgar Ponce, Inge Melida Vaquedano e Ing. Nelson Rosset. | Aprobado | Se realizó una reunión para presentar las propuestas de imagen visual corporativa. |
| | Modificación de propuestas para una segunda revisión. | 2.5 | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó los cambios y mejoras solicitadas en la reunión, en ambas propuestas. |
| | Diseño de Patrones para complementar la IVC | 1 hora | Lic. Edgar Ponce e Ing. Melida Vaquedano. | Aprobado | Se realizó dos motivos en cada diseño, para que logran complementar la identidad de cada propuesta. |

Imagen 57 Bitácora semana 1

Enlace para visualización de bitácora:

<https://unitechn->

[my.sharepoint.com/:f:/g/personal/samantha_nicolle12_unitec_edu/EuZNivIYUbdNoksB](https://unitechn-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/samantha_nicolle12_unitec_edu/EuZNivIYUbdNoksB)

[Td17KRsbZsazT43m2hV4jgEwjIG7Hg?e=PmG8VX](https://unitechn-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/samantha_nicolle12_unitec_edu/EuZNivIYUbdNoksBTd17KRsbZsazT43m2hV4jgEwjIG7Hg?e=PmG8VX)



Escuela de
Arte & Diseño



| unitec[®]