

EA&D

**IN
FOR
ME**

**PRÁCTICA
PROFESIONAL**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE & DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

EMPRESA RED DE DESARROLLO SOSTENIBLE

SUSTENTADO POR:

KARLA ALEJANDRA LÓPEZ DURÁN

11511098

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2023

Agradecimiento

A Dios por darme las fuerzas, la sabiduría el amor y paciencia para seguir adelante, a mis padres por sus apoyo y amor incondicional, a mi hermana por siempre estar conmigo.

En especial siempre llevar en mi corazón y con mucho cariño a la Licenciada Kenia Barahona por enseñarme paciencia esmero por mis trabajos por darme consejos siempre estar apoyándome, gracias por enseñarme y siempre recordar que puedo dar todo lo mejor de mí.

Por último, gracias a la empresa Red de Desarrollo Sostenible y gracias a mis amigos Kristhel Jimenez y Miguel Avila por apoyarme en cada momento y a cada persona que conocí gracias por darme buenos momentos.

Resumen

En el presente documento se podrá reflejar un resumen de las actividades que Karla Alejandra López Durán realizó durante su práctica profesional, la cual se llevó a cabo en la empresa RDS Red de Desarrollo Sostenible, durante los meses de octubre a diciembre de 2022, previo a su otorgamiento con el título de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC.

RDS, es una empresa que fomenta el desarrollo en Honduras, mediante el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y el desarrollo de proyectos para facilitar la investigación, gestión, concertación e intercambio de información y conocimientos; la difusión, sensibilización y promoción del cambio social; y el fortalecimiento de capacidades institucionales y comunitarias para impulsar el desarrollo del país.

La práctica profesional cumple el objetivo de integrar al estudiante a un ambiente laboral para completar de esta forma su formación académica, así como moldear su conocimiento en el ámbito profesional y aportar a la empresa de manera significativa.

La estudiante fue asignada en el Departamento de RDS Producciones en la parte de Producción Gráfica y Multimedia.

Este informe se divide en cuatro secciones. En la sección I se habla del objetivo general y los objetivos específicos acerca de la práctica profesional. Además, la información general y los antecedentes de RDS.

En la sección II se menciona el puesto asignado y descripción de las actividades realizadas dentro de la empresa por el período de práctica profesional.

Sección III se explica la propuesta de mejora que se plantea para la empresa, se presenta los componentes de dicho manual que se realizará, se determina el organigrama de actividades y presupuesto sugerido.

En la sección IV se finaliza con el aprendizaje obtenida durante la práctica profesional en la empresa, conclusiones, reflexiones, y recomendaciones.

Índice de Contenido

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
RESUMEN	II
Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional	2
1.1 Datos Generales de la Organización	2
1.1.1 <i>Reseña de la Organización</i>	2
1.1.2 <i>Descripción del departamento en el que se realizó la práctica</i>	2
1.2 Objetivos de la práctica profesional	3
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	3
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	3
Capítulo II. Actividades asignadas y realizadas	5
2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado	5
2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional	5
2.3 Actividades de Mejora Implementadas	5
Capítulo III. Propuesta de Mejora	7
3.1 Problema Identificado	7
3.2 Soluciones Identificadas	7
3.2.1 <i>Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto</i>	7
3.2.2 <i>Objetivos del Proyecto Propuesto</i>	7
3.2.3 <i>Alcances del Proyecto</i>	8
3.2.4 <i>Componentes del Proyecto</i>	8
3.3 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto	8
3.3.1 <i>Fases del Desarrollo del Proyecto</i>	8
3.3.2 <i>Cronograma de Desarrollo y de Implementación</i>	9
3.3.3 <i>Presupuesto Requerido</i>	9
3.3.4 <i>Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto</i>	9
Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones	11
4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional	11
4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica	11
4.3 Recomendaciones a la Organización, a la Universidad y a Futuros	

Practicantes
11

Bibliografía
13

Glosario
15

Anexos
17

Índice de Figuras e Ilustraciones

<i>Figura 1: Organigrama General de Red de Desarrollo Sostenible (RDS-HN, 2018)</i>	12
<i>Figura 2 Portada Manual de marca RDS-media Honduras</i>	17
<i>Figura 3 Manual de marca RDS-media Honduras, señalética</i>	18
<i>Figura 4 Tríptico de AeA</i>	37
<i>Figura 5 Tríptico de AeA</i>	38
<i>Figura 6 Guía de AeA</i>	38
<i>Figura 7 Guía de AeA</i>	39
<i>Figura 8 Guía AeA</i>	40
<i>Figura 9 Guía AeA</i>	41
<i>Figura 10 Diagramación PIAH</i>	42
<i>Figura 11 Diagramación PIAH</i>	43
<i>Figura 12 Diagramación PIAH</i>	44
<i>Figura 13 Volante AeA, Colectivo de Mujeres</i>	45
<i>Figura 14 Trifolio de colectivo de mujeres</i>	46
<i>Figura 15 Invitación de SANRadio</i>	47
<i>Figura 16 Diplomas de PROLEMPA</i>	48
<i>Figura 17 Diplomas de PROLEMPA</i>	49
<i>Figura 18 Diagramación de Corylus</i>	50
<i>Figura 19 Diagramación de Corylus</i>	51
<i>Figura 20 Diagramación PIAH</i>	52
<i>Figura 21 Diagramación PIAH</i>	52
<i>Figura 22 Diagramación PIAH</i>	53
<i>Figura 23 Diagramación PIAH</i>	53
<i>Figura 24 Diagramación PIAH</i>	54
<i>Figura 25 Diagramación PIAH</i>	54
<i>Figura 26 Diagramación PIAH</i>	55
<i>Figura 27 Diagramación PIAH</i>	55
<i>Figura 28 Bitácora</i>	58
<i>Figura 29 Bitácora semana 1</i>	59
<i>Figura 30 Bitácora semana</i>	60
<i>Figura 31 Bitácora semana 4 y 5</i>	60
<i>Figura 32 Bitácora semana 5</i>	61
<i>Figura 33 Bitácora semana 6 y 7</i>	62

**CA
PI
TU
LO I**

**Generalidades
de la Práctica
Profesional**

Capítulo I. Generalidades de la Práctica Profesional

1.1 Datos Generales de la Organización

Red de Desarrollo Sostenible, es una empresa que fomenta el desarrollo en Honduras, mediante el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y el desarrollo de proyectos para facilitar la investigación, gestión, concertación e intercambio de información y conocimientos; la difusión, sensibilización y promoción del cambio social; y el fortalecimiento de capacidades institucionales y comunitarias para impulsar el desarrollo del país. (RDS-hn,2018)

1.1.1 Reseña de la Organización

En Honduras, el SDNP inicia el 16 de agosto de 1994, operando en una oficina del Edificio de las Naciones Unidas. Antes de finalizar el proyecto SDNP en Honduras, un grupo de ciudadanos decidió dar continuidad al mismo, y así, el 16 de enero de 1999 el SDNP se convierte en la Red de Desarrollo Sostenible – Honduras (RDS-HN), como una organización no gubernamental, independiente, imparcial, apolítica y sin fines de lucro,

siendo pionera en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en el país y su aplicación novedosa en proyectos de desarrollo social. (RDS-hn,2018)

La visión de la empresa es ser la organización líder en generar procesos de comunicación y de adopción de tecnologías que provocan cambios sociales con desarrollo sostenible. (RDS-hn,2018)

La misión de la empresa es fomentar el desarrollo sostenible en Honduras, mediante el desarrollo de proyectos, el uso de tecnologías y la comunicación, para facilitar la investigación, gestión concertación e intercambio de información y conocimientos; la sensibilización para el cambio social y el fortalecimiento de capacidades institucionales y comunitarios para la sostenibilidad del desarrollo del país. (RDS-hn,2018)

Los valores y principios institucionales que poseen son:

Valores

La conducta institucional de los miembros de la RDS-HN se caracteriza en:

- Compromiso
- Excelencia
- Iniciativa
- Lealtad

Principios

Las decisiones y conciencia institucional de los miembros de la RDS-HN se sustenta en:

- Honestidad
- Sostenibilidad
- Integración
- Equidad

Red de Desarrollo Sostenible cuenta con diferentes áreas que cumplen funciones específicas para el buen funcionamiento de esta, brindando a la empresa una correcta distribución de actividades según la especialización del departamento.

En el siguiente se adjunta el organigrama que posee Red de Desarrollo Sostenible. (RDS-HN 2018)

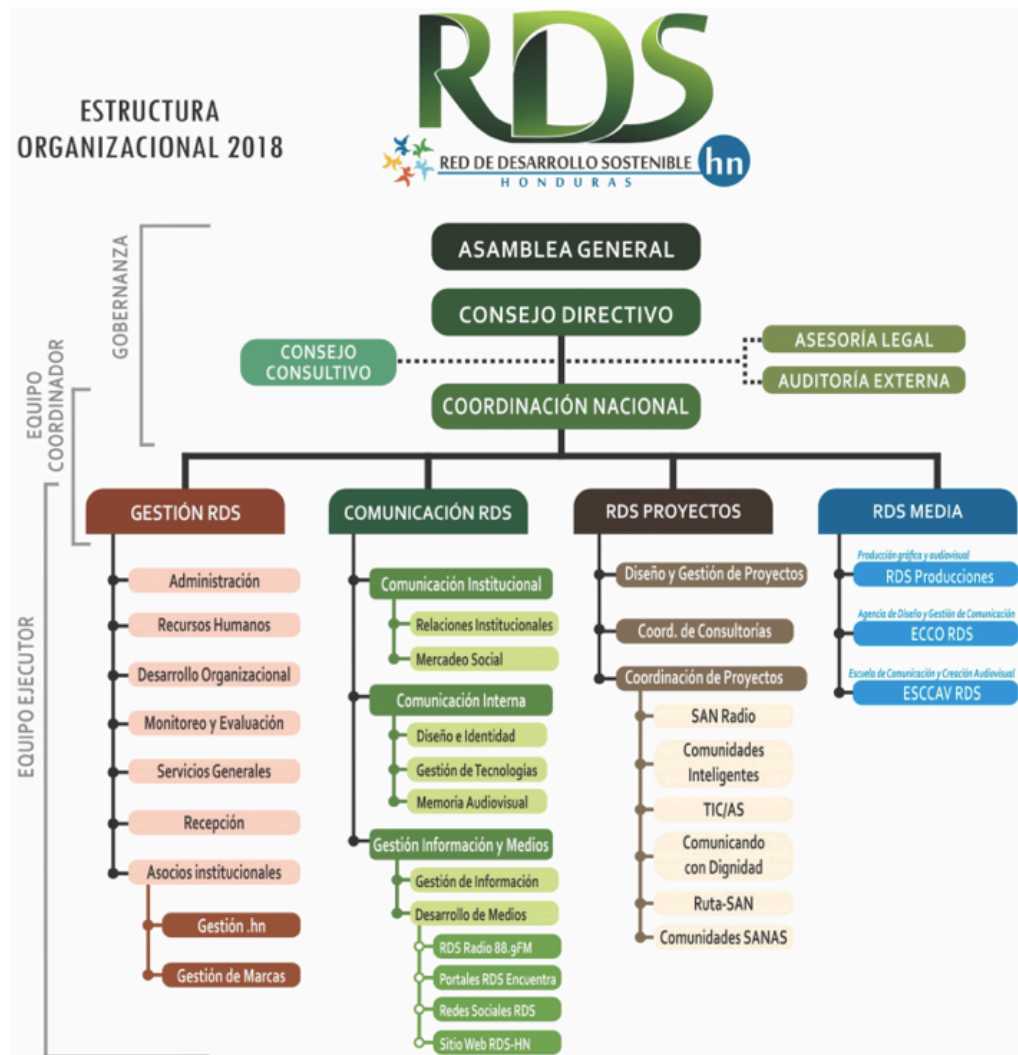


Figura 1: Organigrama General de Red de Desarrollo Sostenible (RDS-HN, 2018)

1.1.2 Descripción del departamento en el que se realizó la práctica

A la practicante se le asignó colaborar en el departamento de RDS-media dentro de Producción Gráfica y Multimedia, a la cual se le asignaron las siguientes funciones: diagramación, dibujo e ilustración, fotografía y todo lo que tiene que ver con el diseño gráfico. El departamento se encarga de desarrollar todo el material de diseños de artes para campañas, realización de ilustraciones de productos gráficos y maquetación en diferentes soportes.

1.2 Objetivos de la Práctica Profesional

1.2.1 Objetivo General

Emplear los conocimientos adquiridos dentro de la carrera de Diseño Gráfico, desarrollar conocimientos profesionales dentro del departamento de Producción Gráfica y Multimedia.

1.2.2 Objetivos Específicos

1.2.2.1. Fortalecer las habilidades en el diseño de diagramación, a través de informes de campañas realizado en la empresa.

1.2.2.2. Adquirir nuevas habilidades de diseño a partir de las situaciones afrontadas a diario dentro de la empresa.

1.2.2.3. Potenciar el área de ilustraciones con el programa Adobe Illustrator.

1.2.2.4 Apoyar a los distintos departamentos de RDS que estén relacionados con diseño gráfico.

CA PÍ TU LO II

Actividades
Asignadas y
Realizadas

Capítulo II. Actividades Asignadas y Realizadas

2.1 Descripción del Puesto o Rol Asignado

El puesto que la estudiante ocupó durante el desarrollo de su práctica profesional dentro de la empresa fue asistente de media.

Este puesto tiene las siguientes funciones:

1. Diagramación de documentos.
2. Diseño de artes para campañas.
3. Diseño de imágenes de marca.
4. Realización de ilustraciones requeridas en los productos gráficos.
5. Conceptualización de elementos visuales.
6. Diseño y maquetación en diferentes soportes.
7. Rediseño de gráficos.
8. Preparación de borradores y presentación de ideas.
9. Reuniones con el equipo creativo.

2.2 Actividades Realizadas Durante la Práctica Profesional

- Diagramación de Trifolios

Se realizaron diseños de trifolios para Ayuda Humanitaria; un tríptico circular y desplegable y se realizó un tríptico desplegable para CARI de forma digital. Los trifolios contienen información que las empresas envían o han sido diseñadas anteriormente por RDS Media. Para el desarrollo de esta actividad la estudiante tomó de referencia la línea gráfica utilizada en las guías de información que RDS Media había diseñado meses atrás, adaptando el diseño para cada tema y tipo de trifolio.

Las herramientas utilizadas para llevar a cabo fueron Adobe InDesign y Adobe Illustrator.

- Diseño de volante

Se realizó diseño de volante para campaña CARI Mujeres de Poder y Acción para contribuir con la calidad de vida de la colonia Izaguirre.

- Reuniones

La estudiante asistió a reuniones con el equipo de RDS Media para la observación de las actividades que se desarrollarían durante las siguientes semanas:

- i. Hacer una diagramación de guía de ayuda humanitaria a poblaciones indígenas.
- ii. Trifolio de guía para preparar a sus comunidad de futuras pandemias.
- iii. Trifolio de Poder y Acción para CARI
- iv. Video de PRAWANKA, hacer ilustraciones para video de pescado seco.
- v. Invitación de SANRadio
- vi. Diplomas para PROLEMPA

- Invitación de eventos

Se diseño invitaciones para SANRadio. El cliente solicitó dos propuestas que trata sobre Seguridad Alimentaria y Nutricional, Educación Agroecológica, la cual es reforzada a través de cápsulas radiales. La invitación debía incluir ciertos elementos como patrones de frutas y verduras, patrón estilo lenca, una paleta de color

basándose en la línea gráfica de SANRadio con tonos cálidos y fríos. Se pidió editar fotografías realizadas por el equipo para incluirlas en la invitación.

- Edición

La estudiante realizó ediciones de fotografías para CARI y SANRadio. Para el desarrollo de volante e invitación. Para editar se utilizó el programa de Adobe Photoshop.

2.3 Actividades de Mejora Implementadas

- Tríptico para Cliente

Se propuso un tríptico de media carta, para implementar los pasos que debe de seguir el cliente al momento de realizar una cotización o realizar su proyecto con RDS. Facilitando al cliente recordar los datos que se proporcionan.

**CA
PÍ
TU
LO III**

Propuesta de
Mejora

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1 Problema Identificado

En la empresa Red de Desarrollo Sostenible actualmente tienen sus propios logotipos realizado por diseñadores solo que no tienen su propio manual de marca especialmente para RDS-media. Dentro de la empresa se hizo la siguiente observación, que cada departamento no tiene señalado su logotipo, se consideró que esto es necesario, ya que al momento que llegan nuevos clientes estos puedan guiarse y conocer donde se encuentra cada departamento y sus respectivas ramas.

Para conseguir el objetivo de mejora, es necesario la recreación de un Manual de Marca, el cual llevara su propia tipografía, paleta de color, papelería y aplicaciones elaboradas para cada una de sus ramas.

3.1 Soluciones Identificadas

En la empresa Red de Desarrollo Sostenible se ha considerado que para alcanzar un cambio que aporte a los departamentos de la empresa y el departamento de RDS-media, se ha elegido una propuesta de mejora para el proceso de organización y orden dentro de la empresa y que el departamento de RDS-media tenga su propios logotipos.

3.2 Marco Teórico Referente a la Problemática Observada

En esta sección se lleva a cabo una investigación sobre los temas importantes acerca del manual de marca para la empresa RDS, acerca de sus componentes que ayudarán a fortalecer el problema observado.

Identidad corporativa

Cuando se menciona Identidad Corporativa se hace énfasis en la percepción que tiene la empresa sobre sí misma: “Incluye el historial de la organización, sus creencias, su filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios; la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales, y sus estrategias” (Ind, Nicholas-1992).

Guillermo Albarrán, menciona en el documento titulado, Diseño de Identidad Corporativa de la Universidad de Londres, se encuentra el logotipo o imagotipo, la marca gráfica, el slogan, y los colores. El primero, es la versión gráfica, el slogan es la frase que va a llevar la empresa, por ejemplo, la frase que identifica a la compañía Nike es “just do it”; la marca gráfica, corresponde a la parte icónica, distintivo figurativo, que siguiendo con el mismo ejemplo es el símbolo de Ok; y los colores son los tonos que van a distinguir a una empresa, que en este caso particular puede ser básicamente el negro o blanco, pasando por todos los colores de la paleta cromática, según el caso. (Concepto de Imagen Corporativa, 2014)

Imagen corporativa

La imagen Corporativa, en palabras de Nicholas Ind, es la percepción que tiene un determinado público sobre una organización (Ind, Nicholas-1992), comprende elementos visuales de la marca, slogan, publicidad, forma como la empresa es noticia en los medios, top of mind, reputación corporativa y atención a los clientes. Un elemento visual o un slogan impactantes pueden ser arruinados por una pésima atención al cliente.

La imagen de la empresa no es un concepto abstracto, un hecho inevitable o secundario, ni una moda. Es un instrumento estratégico de primer orden y un valor diferenciador y duradero que se acumula en la memoria social. (Joan Costa, 2009)

La imagen corporativa es un estilo y conducta de la empresa, el estilo de las decisiones que toma y realiza; su modo propio de concebir productos o servicios y de innovar; su personalidad exclusiva y su manera distintiva de comunicarse, conectarse y relacionarse con los distintos públicos. (Joan Costa, 2009)

Señalética

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización y la arquitectura, bajo el vector del diseño gráfico, considerado en su vertiente más específicamente utilitaria de comunicación visual. (Joan Costa, 2010)

Los rasgos principales que caracterizan a la señalética como un sistema y un medio de comunicación como un sistema y un medio de comunicación social. Así, se podrá definir también la señalética como el sistema instantáneo e inequívoco de información por medio de señales visuales o mensajes especiales de comportamiento.

Si analizamos algunas funciones las señales, es decir, estímulos breves, percutantes, que inciden en la sensación inmediata.

La visual es el órgano receptor gestáltico por naturaleza, esto es que tiene la capacidad de registrar instantáneamente configuraciones globales la comunicación visual es además discreta y silenciosa (lo que que Alberto Tonti llamó "Las señales mudas"), lo cual constituye un factor importante del medio señalético.

Los mensajes o contenidos informativos, en tanto que resultado inmediato de la percepción. (Joan Costa, 1987)

La señalética nos comunica de una técnica y un lenguaje de comunicación, sin embargo, no ha sido estudiado como tal de igual modo que lo han sido la demás media como la radio, la prensa, el impreso, el cine, la televisión, la fotografía o el cartel.

La comunicación por mensajes espaciales (el escrito, y más particularmente, las imágenes), se caracteriza porque conserva una cierta libertad temporal para el receptor. Por ejemplo; Contemplar un cuadro, hojear una revista o repasar el álbum familiar de fotografías, son acciones que en sí misma no están supeditadas a una inversión en tiempo por parte del receptor. (Joan Costa, 1987)

Tipografía

Joan costa (2004), menciona que hay dos puntos de partida diferentes. El primero, incorporar libremnete una información escrita sobre un edificio. El segundo, aplicar a ese edificio una determinada información preexistente.

En el primer caso, hay que tener en cuenta dos condiciones: el significado de la información, pues no es lo mismo un centro médico que un multiplex. En ello interviene el elemento semiótico: pues la forma de la letra debe significar el sentido de ese lugar. Entonces apelamos ya no al significado del conjunto de las palabras, sino a lo que las formas de las letras y la grafía evocan (no escribiríamos la palabra "Terremoto" con la misma tipografía que la palabra "ballet").

El tercer condicionante a la hora de elegir el tipo de letra es el significado del edificio en el aspecto formal, o sea, su estilo arquitectónico, o su imagen. También las formas y los materiales evocan ideas, con las cuales hay que contar.

En el segundo caso, la cuestión cambia, pues ya existe de antemano un elemento determinante que es el tipo de letra, el logotipo o el diseño, es decir, la forma que posee esta información gráfica, ya e veces también su color. Lo cual, generalmente fue diseñado sin tener en cuenta ese edificio en concreto.

Tenemos 3 partes: el logo con su color, el estilo arquitectónico del edificio, y el destino o función de la construcción. Se trata de adaptar un elemento del otro para encontrar una adecuada función, una integración perfecta. La adaptación del logo, respetando forma, puede hacerse por medio de la selección de los materiales, la iluminación.

Psicología del color

El color es sensorial e individual, subjetivo por tanto. La psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados, y atendiendo a las funciones que en él se

aprencia, que, como dice J.C Sanza, serían de adaptación y de oposición. (Escola D'art, 2020)

Las funciones de adaptación desarrollarían respuestas activas, vivaces, animadas e intensas. Por el contrario, las funciones de oposición sugieren respuestas pasivas, depresivas y débiles. Las de adaptación son estimulantes y excitantes y las de oposición, sedantes y tranquilizadoras. Estas reacciones emocionales ante la percepción del color serían las que contribuirían a darles sus significados primarios. (Escola D'art, 2020)

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por lo contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también logramos tener impresiones de orden o desorden.

Se identifica al color con lo masculino o con lo femenino, con lo natural y con lo artificial, con lo romántico y con lo clásico, con la popularidad, la exclusividad y con la colectividad. El color, por tanto, no sólo es sensación, sino que básica y principalmente es emoción. Sus atributos como significantes son apreciados no solamente por los artistas, sino también por publicistas, diseñadores, decoradores, científicos, educadores, políticos y agentes sociales y labores, etc. (Escola D'art, 2020)

El lenguaje del color es conocido por artistas y profesionales de campos donde su utilización es fundamental en la elaboración de sus productos, como el diseño, la

decoración, la publicidad, etec. Es un medio atractivo que, consiente o subconscientemente actúa sobre el observador, por lo cual sus características son explotadas por los mismo en sus trabajos.

Los colores calidos favoreceran actitudes alegres y vivaces, pero en absoluto son recomendables en lugares donde se requieran concentración o se precise descanso. Por eso las discotecas suelen estar decoradas con tonos brillantes y con estos matices, pero en lugares de trabajo donde haya gran actividad la decoración con estas gamas podría generar tensiones en y entre personas. Por otra parte son buenas en locales donde se tenga sensación de frío, pues psicológicamente crea el efecto contrario. (Escola D'art, 2020)

Los colores fríos y los pálidos son aconsejables para máquinas con las que se está mucho tiempo, porque suelen despertar indiferencia y no molestan visualmente. Así también son acertados para decoraciones que busquen relajación y descanso. Deben de evitarse sensaciones visuales molestas. Por otra parte, la acentuación de la frialdad puede dar lugar también a ambientes depresivos. (Escola D'art, 2020)

3.2.1 Nombre y Tipo de Proyecto Propuesto

“Manual de marca adaptación RDS-media Honduras”. El tipo de proyecto propuesto incluye diseño de logotipos e Isologo y propuesta de señalética.

3.2.2 Objetivos del Proyecto Propuesto

3.2.2.1. Diseñar un “Manual de marca RDS-media Honduras” que este orientado a proporcionar todos los elementos gráficos para uso correcto de marca para cada componente de RDS-media.

3.2.2.2. Garantizar que la empresa se sienta cómoda y organizada mediante la iconografía propuesta.

3.2.3 Alcances del Proyecto

El diseño de manual paso por etapa de investigación de cada equipo de la empresa, mediante reuniones hasta llegar a un acuerdo de diseño de marca y señalética.

3.2.4 Componentes del Proyecto

La propuesta de mejora está compuesto por:

- Diseño de marca
- Propuesta de señalética

- Aplicaciones



Figura 2 Portada Manual de marca RDS-media Honduras

https://unitechn-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/karlald_unitec_edu/EcUmwHUQ-8BPpVE_1xfZ53MB19SVWnCXZpOVeI_MB9ywGw?e=ments0

SEÑALÉTICA

Como objetivo de señaletica es dar un mejor ambiente a la empresa para mostrar la ubiación de forma más visual.
Cada elemento de pictograma fue creado con ley de cierre de forma abstracta y que fuera simple para el clientes.

Figura 3 Manual de marca RDS-media Honduras, señalética

3.5 Estrategia metodológica utilizada en el proyecto

Para el desarrollo del manual de marca se tomó la metodología planteada por Bruno Munari.

Está asociado con la creatividad, a través de ella obtenemos la solución a cualquier problema que debe ser resuelto.

3.5.1 Fases del Desarrollo del Proyecto

3.5.2 Definición del problema

Diagnóstico

Se identificó el problema, y se ha visto una desorganización dentro de los departamentos de la empresa y al mismo tiempo una desorganización en los equipos de trabajo y esto ha generado contra tiempos al momento que llegan nuevos clientes o visitas frecuentes. Luego de la identificación del problema se hizo una investigación dentro de la empresa, se procedió a realizar reuniones con los equipos para tener un amplia panorama de que necesitaba y se procedió con señaletica.

Desarrollo conceptual

Problema

Desorganización dentro de los departamentos de la empresa.

Elementos del problema

- Señalar cada departamento con sus propios logotipos
- Crear direccionales para guiarse y que existan un orden dentro de la empresa.

- Recrear logotipos de departamento de media.

Recopilación de datos

En recopilación de datos se tomó en cuenta la empresa RDS, a la que se le presentaría la propuesta de mejora. Siendo RDS una empresa con varios departamentos y poco espacio, se oriento a la búsqueda de tener especificado donde estan cada uno de sus departamentos de trabajo.

Análisis de datos

Luegos de hacer la recopilación de datos, se observó que la mejor propuesta sería proporcionar un manual de marca, dentro del manual de marca estaría proporcionado los logotipos de RDS-media y señaletica para proporcionar todo las señales.

Creatividad

Basandose en la información obtenida se planteó un manual de marca adaptado a RDS-media. El manual contiene las 4 marcas, que son las siguientes; ECCO,AUVID,AGMA,ESCAT. Cada una de ellas contiene su propia tipografia, uso de color, uso de blanco y negro y usos inconrrectos de cada marca. Tambien dentro del manual se proporciona la señaletica, y esto nos va a guiar para tener un orden dentro de la empresa, la señaletica contiene; dirreccionales, pictogramas, uso de color, tipografia, escala humana, entreo otras cosas.

Materiales

Habiendo propuesto la implementación del producto, se consideró material para las señales que sería un acabado de acrílico con pernos y un vinyl para colocar la rama de cada departamento, así se podrá identificar donde se encuentra cada departamento dentro de la empresa.

Experimentación

Como propuesta el formato de las señales de marca para cada departamento sería acrílico con pernos con medida cuadrado de 30x30cm y vinyl transparente.

3.5.3 Cronograma de Desarrollo y de Implementación

A continuación, se presenta el desarrollo de las actividades desarrolladas parte del proyecto “Manual de marca adaptado RDS-media Honduras”.

CRONOGRAMA DE DESARROLLO

RDS-media Honduras

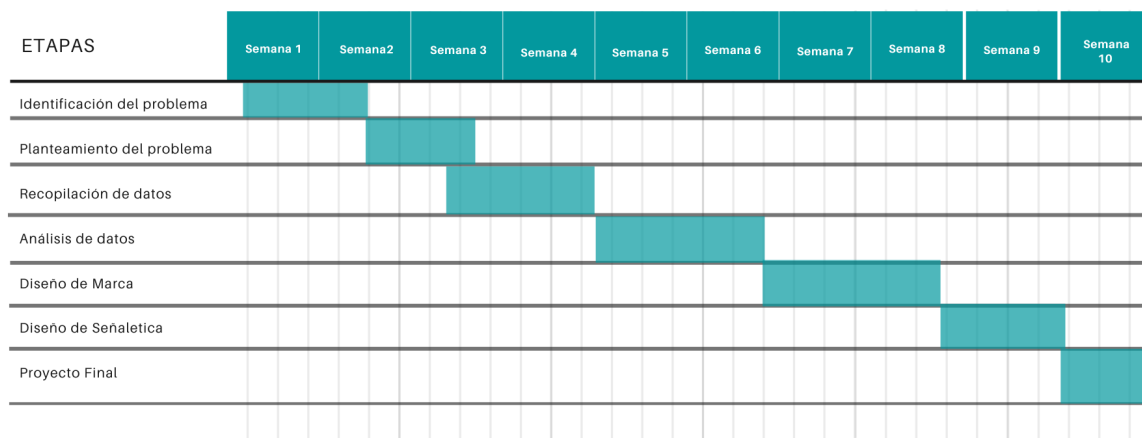


Imagen 4, Cronograma de desarrollo RDS-media Honduras

3.3.3 Presupuesto Requerido

Para el desarrollo de “Manual de marca adaptado RDS-media Honduras”, se realizó la siguiente cotización:

TABLA DE COSTOS			
TRABAJO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Bocetaje Marcas	Bocetajes de marca (ECCO, AUVID, AGMA, ESCAT)	1	L 2,000
Diseño Digital	Definición de marca, Logotipo, Uso de color, Tipografías.	1	L 6,000
Bocetaje Iconografía	Bocetaje de Iconografía	1	L 2,000
Diseño Digital	Pictogramas, Geometrización, Tipografía, Uso de color, medidas.	1	L 5,000
Papelería	Papel membretado, sobre, tarjeta de presentación y libreta.	1	L 1,000
Aplicaciones	Mockups de gorra, tazas, chaleco, tazas, mascarilla, hoodies.	1	L 10,000
Cronograma	Cronograma de trabajo y propuesta a nivel de estructura de manual de marca	1	L 2,000
Mano de obra	Mano de obra	-	L 10,000
Total			L 40,000

Se realizó un cuadro de presupuesto de inversión para el desarrollo de manual de marca.

Ya que los dos van en el mismo manual, se estableció en dos partes; marcas e iconografía, bocetos y diseños digitales.

3.3.4 Indicadores de Evaluación del Proyecto Propuesto

El siguiente cuadro muestra los indicadores que se utilizarán para cumplir con el uso de marca y señalética:

Indicadores de Evaluación		
Indicador	Cumple	No cumple
El manual cumple con las necesidades de la empresa.		
La información que se presenta en el manual es fácil de entender.		
El manual tiene una diagramación visualmente atractiva.		
El manual contiene buena redacción y ortografía.		
El manual contiene nueva información la cual no tenía la empresa.		
La señalética se entiende y es visualmente atractiva.		

CA PÍ TU LO IV

Conclusiones,
Recomendaciones
y Reflexiones

Capítulo IV. Conclusiones, Recomendaciones y Reflexiones

4.1 Conclusiones de la Práctica Profesional

A finalizar la práctica profesional en Red de desarrollo sostenible se concluye con lo siguientes;

- 4.1.1 Durante las diez semanas de práctica profesional, se desarrolló los conocimientos y habilidades adquiridos en la carrera de Diseño Gráfico, que fueron de gran importancia al momento de realizar los proyectos en las áreas de diagramación, ilustración y fotografía dentro de la empresa.
- 4.1.2 Se observó y se logró aprender como es el trabajo de diseño gráfico dentro del departamento de AUVID.
- 4.1.3 Por medio del trabajo asignado se generaron experiencias que demostraron las habilidades adquiridas en clases universitarias sobre diagramación, ilustración, fotografía y video.
- 4.1.4 Se aprendió habilidades de comunicación e ideas dentro de un ambiente laboral.
- 4.1.5 Se logró la entrega de proyectos a tiempo y forma y se identificó las áreas de debilidad o mejora.

4.2 Reflexiones Sobre la Experiencia de Práctica

- 4.2.1 La experiencia de práctica profesional realizada en Red de Desarrollo Sostenible, se alcanzó desarrollarse en un área laboral, la cual fue una prueba de manejo de conocimientos adquiridos y demostración de sus habilidades duras y blandas.
- 4.2.2 Gracias a esta experiencia, se logró aprender a extenderse y adquirir nuevos conocimientos en el área de diseño.

4.3 Recomendaciones a la Organización a la Universidad y a Futuros

Practicantes

- 4.3.1 Durante los meses de práctica dentro de la organización, la practicante pudo observar que podría recomendar como oportunidad de mejora, la organización de equipos de todos los departamentos de RDS y así mismo, tomar en cuenta la información brindada por parte de los clientes, ya que muchas veces había falta de comunicación dentro de los departamentos, lo cual ocasionaba confusiones entre la información brindada por los clientes y la información compartida dentro de cada departamento.
- 4.3.2 A futuros practicantes, es importante seguir al pie de la letra un buen proceso de las actividades asignadas. Se le recomienda al estudiante siempre ser activo y tener una buena actitud a cada solicitud que le envíen y tener una libreta de apuntes para que se le facilite las actividades diarias.

**BI
BLIO
GRA
FÍA**

Bibliografía

¿Qué es el diseño gráfico? Guía completa. (s. f.). <https://www.crehana.com>. Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-el-diseno-grafico/>

CARI - Central America Regional Initiative | Stabilization and Transitions | U.S. Agency for International Development. (2022, julio 28). <https://www.usaid.gov/stabilization-and-transitions/central-america-regional-initiative>

Costa-joan-sencc83aletica.pdf. (s. f.). Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://creaciondementes.files.wordpress.com/2014/05/costa-joan-sencc83aletica.pdf>

Diseño de Marcas: Manual de marca vs. Brand book. (s. f.). Platzi. Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://platzi.com/blog/manual-de-marca-vs-brand-book/>

ipp. (2020, octubre 5). La diagramación y su importancia en el diseño. *IPP*. <https://www.ipp.edu.pe/blog/diagramacion/>

Miranda, C. (2021, junio 3). *Manual de marca: ¿qué es y cómo crear uno para tu negocio?* Hotmart. <https://hotmart.com/es/blog/manual-de-marca>

Para qué sirve Photoshop—Cálamo & Cran. (2019, marzo 26). <https://www.calamoycran.com/blog/para-que-sirve-photoshop/>

PSICOLOGIA DEL COLOR. (s. f.). 8.

¿Qué es InDesign y para qué sirve? (s. f.). Platzi. Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://platzi.com/blog/que-es-indesign/>

RDS-HN, 2018. (s. f.). *ANTECEDENTES – Red de Desarrollo Sostenible – Honduras.* Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://portal.rds.hn/antecedentes>

Sordo, A. I. (s. f.). *Imagen corporativa: ¿qué es y en qué se diferencia de la identidad corporativa?* Recuperado 9 de diciembre de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>

Un proceso de conceptualización define ideas. (2021, enero 26). *Internal*. <https://www.internal.cl/proceso-de-conceptualizacion-e-ideas/>

**GLO
SA
RIO**

Glosario

1. **RDS:** Red de Desarrollo Sostenible Honduras.
2. **TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación, son los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos.
3. **SDNP:** Sustainable Development Networking Program.
4. **Naciones Unidas:** es una Organización internacional fundada en 1945 tras la segunda guerra mundial por 51 países que se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacional, fomentar entre las naciones relaciones de amistad y promover el progreso social.
5. **Tecnologías:** es conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso.
6. **Diseño Gráfico:** es un medio para representar visualmente el lenguaje y los pensamientos, así como hacer visibles, legibles y comunicables las conexiones teóricas.
7. **Maquetación:** es una rama del diseño gráfico que se dedica a la composición de diversos tipos de composición, maquetar y diseñar distintos tipos de publicaciones.
8. **Producción:** es el arte de crear un producto para medios audiovisuales como el cine o la televisión.
9. **Multimedia:** es un medio que se emplea sistemas u objetos que transmiten o presentan un tipo de información combinando de manera simultánea, textos, imágenes, audios, entre otros.

10. **Diagramación:** es un ámbito del diseño el cual se encarga en organizar en un espacio contenidos, escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales. Todos los elementos pueden encontrarse en medios impresos y electrónicos, como periódicos, libros, revistas, etc.,.
11. **Manual de marca:** es una guía que contiene todas las directrices sobre la imagen de una empresa, o sea, reúne los elementos visuales y comunicativos que diferencian a tu negocio del resto.
12. **Conceptualización:** consiste en definir las ideas base y principales que serán utilizadas para la estructuración de un propósito, y que a su vez servirán para orientar el lineamiento del diseño.
13. **CARI:** Central America Regional Initiative
14. **Adobe Indesign:** es la aplicación número uno para el diseño editorial, se pueden crear flyers, revistas, periódicos, libros y mucho más.
15. **Adobe Illustrator:** Con Illustrator, cualquiera puede crear logotipos, diseños para embalajes, gráficos para la web y mucho más.
16. **SANRadio:** Construyendo Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN), a través de las TICs con radios de la mesa indígena de Honduras (SAN Radio) – Proyecto de educación en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN), enfocado en temas de agroecología y nutrición a través de la radio dirigido a la población Lenca en los departamentos de Intibucá, La Paz y Francisco Morazán.
17. **Adobe photoshop:** Al ser un programa de edición fotográfica, trabaja con mapas de bits y cualquier formato de imagen, permitiendo hacer montajes, manipular, modificar, editar y retocar.

18. **Tríptico:** la palabra tríptico, proviene del griego: “tri”, que significa tres, y “ptyche”, que significa doblar. Así, los trípticos son hojas dobladas en tres partes, dando lugar a 6 caras donde desplegar la información o contenido visual que queramos exponer.
19. **Imagen Corporativa:** La imagen corporativa es el cúmulo de creencias y actitudes que tienen los consumidores y el público en general sobre una marca o corporativo, es decir, la percepción que se han formado a partir de los productos, servicios y comunicación externa de una empresa.
20. **Señalética:** es como una técnica comunicacional que, mediante el uso de señales y símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos, orienta y brinda instrucciones sobre cómo debe accionar un individuo o un grupo de personas en un determinado espacio físico.
21. **Solicitud:** Es un proceso empresarial estándar cuyo propósito es recoger información por escrito acerca de las capacidades de varios proveedores.
22. **Departamento:** Es una unidad funcional de la empresa a la que se le asignan una serie de funciones y responsabilidades concretas.
23. **Práctica:** Es un conjunto de actividades o acciones que desarrollamos al aplicar ciertos conocimientos, con la finalidad de mejorar en la disciplina que se practica.
24. **Organización:** Es interpretarla como una institución formada por una serie de personas que de manera voluntaria han decidido coordinar sus esfuerzos y capacidades para alcanzar en común por medio de estas estructuras organizacionales.

25. **Comunicación:** Proceso por medio del cual se transmite información de un ente a otro. Es el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otras señales.
26. **Parcticantes:** Es el conjunto de actividades realizadas por alguien, que se encuentra trabajando de forma temporal en un lugar, poniendo especial énfasis en el proceso de aprendizaje y entrenamiento laboral.
27. **Experiencias:** Es el hecho de haber presenciado, sentido o conocido algo. L experiencia es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones.
28. **Conocimientos:** Es la información y habilidades que los seres humanos adquieren a través de sus capacidades mentales. El conocimiento se adquiere a través de la capacidad que lo rodea.
29. **Habilidades:** Se clasifican de acuerdo al área específica o al tipo de actividad que involucran los procesos mentales, como la memoria, la rapidez del pensamiento.

**A
NE
XOS**

Anexos

Figura 4 Tríptico de AeA



Figura 5 Tríptico de AeA

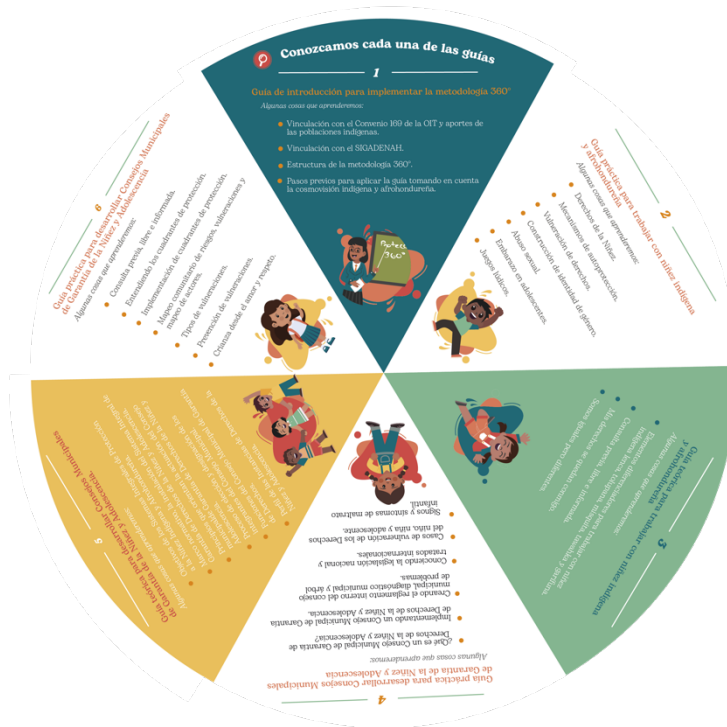


Figura 6 Guía de AeA

EL PASO A PASO DE NUESTRA AYUDA HUMANITARIA

1. Cada equipo en terreno debe disponer de al menos 5 equipos de bioseguridad para personal institucional (Para uso, en caso de entrar en contacto con personas que han sido contagiadas por alguna enfermedad altamente infecciosa) y equipo básico de bioseguridad para voluntarios: mascarillas, lentes protectores y guantes de nitrilo.
2. Las personas que se movilizarán deben contar con salvoconducto emitido por las autoridades competentes y nunca poner en riesgo a la organización por incumplimiento de las medidas de bioseguridad.
3. Integrarse al Comité Interinstitucional de Salud del municipio, departamento o región con representación oficial.
4. Informar a la población y a las autoridades de la llegada de la ayuda humanitaria con anticipación.
5. Conformar un equipo de Veeduría Municipal con representación de las instancias siguientes: Comité de Salud Municipal, Comisión Ciudadana de Transparencia (CCT), Comité de Vínculo Solidario, CDT Tribal, y Consejo Municipal de Protección de Derechos de la Niñez. (Hacerse acompañar de al menos 1 miembro en cada entrega).

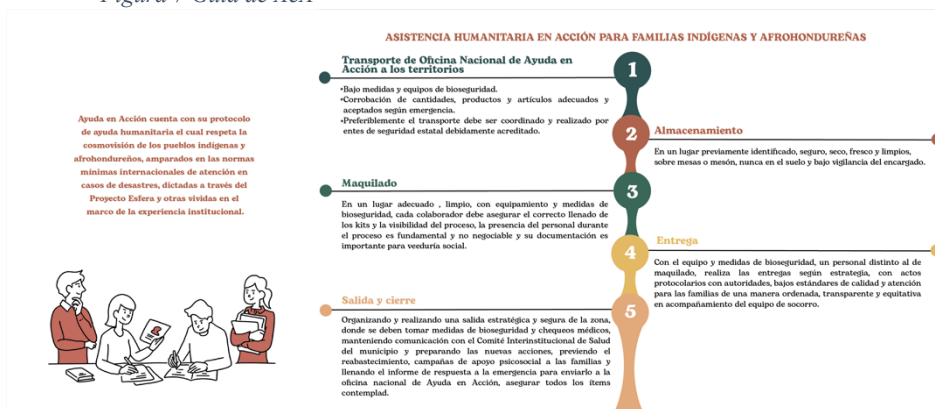
6. Realizar Evaluación de Datos y Análisis de Necesidades (EDAN) del territorio, esto se logra mediante comunicaciones con las familias de la base social de las comunidades y autoridades locales, si se cuenta con el Consejo Municipal de Protección de Derechos esta tarea se facilita.

- Principios básicos de protección:
1. Evitar daños.
 2. Velar porque las personas tengan acceso a una asistencia imparcial de acuerdo con sus necesidades y normas esenciales de respuesta humanitaria.
 3. La ayuda humanitaria debe estar centrada en las personas y sus familias.
 4. Asegurar una coordinación y colaboración efectiva y eficaz.



¿CÓMO AYUDA EN ACCIÓN BRINDA AYUDA HUMANITARIA A POBLACIONES INDÍGENAS Y AFROHONDUREÑAS EN TIEMPOS DE PANDEMIA O DESASTRES NATURALES?

Figura 7 Guía de AeA



Composición de los Kits de Alimentos

Productos	Familias	Libras a Familia	LIB. Totales
Harina de maíz	4500	40	180,000
Avena	4500	40	180,000
Frijol	4500	40	180,000
Arroz	4500	4	18,000
Arroz	4500	4	18,000
Sal	4500	2	9,000
Harina de trigo	4500	2	9,000



Figura 8 Guía AeA

Planifique

Cree un plan de acción para la comunidad.

Hable con las personas que deben ser incluidas en el plan.

Planifique cómo cuidar de las personas que podrían tener más riesgo de complicaciones graves.

Identifique organizaciones de ayuda en su comunidad.

Haga una lista de contactos de emergencia.

Recomendaciones generales

Limpieza y desinfección de oficinas y hogares

- Limpiar y desinfectar las superficies que son tocadas frecuentemente.
- En los espacios dedicados a personas contagiadas, reducir la limpieza para evitar contacto con las mismas.
- Procurar que la persona contagiada se quede en un cuarto lejos de otras personas en su hogar.
- La persona contagiada debería tener su propio papel higiénico, limpiadores y desinfectantes.
- Si el hogar no tiene un baño separado, este debería ser limpiado y desinfectado después de cada uso de la persona contagiada.

¿Cómo limpiar y desinfectar las superficies?

- Use guantes desechables cuando limpie y desinfecte, bote los guantes después de cada limpieza.
- Si las superficies están sucias, límpielas con detergente o jabón y agua antes de desinfectar.
- Para desinfectar puede utilizar una mezcla de cloro diluido, soluciones con un mínimo de 70% de alcohol, y la mayoría de desinfectantes.
- Para las superficies como alfombras y cortinas, remueva cualquier contaminación visible con limpiadores apropiados para estas superficies.
- Luego de limpiar, lave estos artículos.

Ropa, Toallas y Ropa de cama

Use guantes desechables cuando vaya a manipular cualquier ropa de una persona enferma. Luego bote los guantes. Si utiliza guantes reusables, esos guantes deberán ser dedicados exclusivamente para limpiar superficies contaminadas.

- 01** Si no hay guantes disponibles al manipular ropa sucia, lávese las manos después de tocarla.
- 02** Si es posible, no sacuda la ropa sucia.
- 03** Si es posible, lave la ropa con agua caliente y seque completamente.
- 04** La ropa de una persona contagiada puede ser lavada con la ropa del resto del hogar.
- 05** Limpie y desinfecte las canastas de ropa sucia de acuerdo a la guía de superficies.

Ayuda en Acción

Guía para preparar a su comunidad de futuras pandemias

Nuestra mejor acción es la prevención.



Figura 9 Guía Aea

Diferencia entra limpieza y desinfección

01 Limpiar

La limpieza no mata a los gérmenes, pero al removerlos, disminuye su número y a la vez el riesgo de propagar una infección.

02 Desinfectar

La desinfección no necesariamente limpia superficies sucias ni remueve gérmenes, pero al matar gérmenes después de limpiar, minimiza el riesgo de propagar una infección aún más.

Medidas preventivas

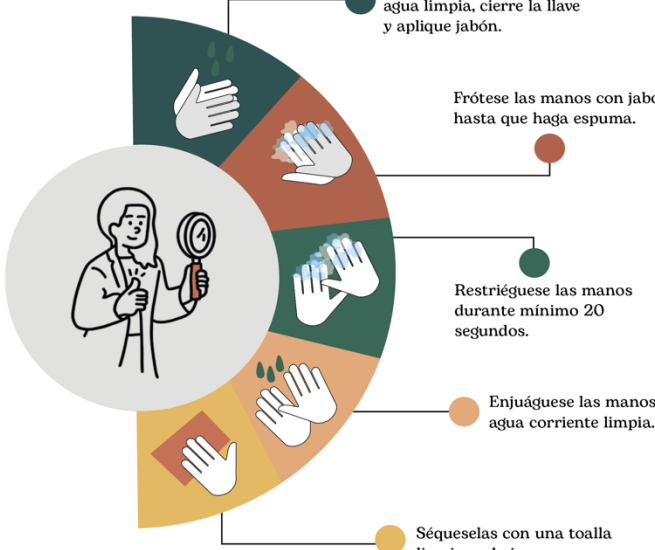
Recuérdede a los miembros de su comunidad los buenos hábitos personales de salud:

- Evitar el contacto cercano con personas.
- Quedarse en casa si está contagiado, excepto para buscar atención médica.
- Utilizar una mascarilla, especialmente al toser o estornudar.
- Si las superficies están sucias, deben limpiarse usando detergente y agua antes de desinfectarlas.
- Si no hay agua y jabón fácilmente disponibles, use desinfectante de manos que contenga al menos un 60% de alcohol.
- Si es posible, destinar un baño separado para uso de la persona contagiada.

Infórmese por medios oficiales
 Cuando se da alerta de pandemias algunos medios de comunicación pueden generar información falsa, es importante buscar datos precisos de fuentes especializadas en el tema como la Secretaría de Salud y la OPS/OMS.

Higiene personal

Lavarse las manos con agua y jabón por 20 segundos:



● Mójese las manos con agua limpia, cierre la llave y aplique jabón.

● Frótese las manos con jabón hasta que haga espuma.

● Restriéguese las manos durante mínimo 20 segundos.

● Enjuéguese las manos con agua corriente limpia.

● Séqueselas con una toalla limpia o al aire.

Se recomienda que se lave las manos especialmente después de:

- Sonarse la nariz, toser o estornudar
- Después de ir al baño
- Antes de comer o preparar comida
- Después de contacto con animales o mascotas
- Antes y después de asistir a una persona que necesita cuidado (niños, adultos mayores)

Figura 10 Diagramación PIAH

PIAH
Pueblos Indígenas
y Afrodescendientes
de Honduras
CSO-LA/2018/402-439

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL PROYECTO
Construyendo bases para dinamizar las economías locales de mujeres
y jóvenes de los pueblos Tawahka , Pech, Miskitu, Tolupán y Garífuna
respetando la dignidad los derechos humanos y la identidad de los pueblos
indígenas y afrodescendientes de Honduras PIAH

Este proyecto es financiado por la Unión Europea

Ayuda en Acción funach GOAL MIMET

Figura 11 Diagramación PIAH

2.2 Ajustes del proceso

Durante los tres años de intervención del proyecto (2019-2021- plus extensión de 6 meses), se suscitaron varios eventos y se presentaron condiciones que obligaron a aplicar medidas creativas y hacer ajustes técnicos.

En primera instancia: las dos emergencias humanitarias nacionales:

- ◆ Pandemia SARS-COV-2/ COVID 19 (inició en el país en marzo 2020)
- ◆ Los huracanes Eta e Iota (octubre - noviembre 2020)

Ambos eventos obligaron a retraer las actividades del proyecto y, a la vez, hicieron necesario redireccionar fondos en dos vías: a) Para contribuir a ambas emergencias humanitarias y, b) Reacondicionar líneas presupuestarias, sin afectar el cumplimiento de metas y objetivos del proyecto. Teniendo en cuenta estos escenarios, destaca un alto grado de eficiencia en la ejecución presupuestaria, puesto que las inversiones claves mantuvieron su formato inicial.

En segunda instancia: El área de influencia del proyecto y su dispersión geográfica. Inicialmente, la estrategia de intervención se basó en la integración de un equipo de especialistas, quienes debían desplazarse por todo el territorio y atender sus respectivas responsabilidades; no obstante, en el seno de la coordinación se planteó que estas responsabilidades no podrían ser atendidas de manera aislada. Así, por el amplio rango de dispersión de los beneficiarios y grupos meta, se diseñó una eficiente planificación mancomunada, basada en la identificación y administración logística de cinco sectores:

- ◆ Mocerón, Municipio Puerto Lempira (Territorio FINZMOS, pueblo Miskitu)
- ◆ Kauquirá, Municipio Puerto Lempira (Territorio Katinasta, pueblo Miskitu)
- ◆ Krausirpe, Municipio Wampusirpi (pueblo Tawahka)
- ◆ Batalla-Las Marías, Municipio Juan Francisco Bulnes (pueblos Garifuna y Pech)
- ◆ Yorito, Yoro (pueblo Tolupán)

La sectorización permitió el abordaje y acompañamiento conjunto, la integración del equipo técnico, la eficiencia financiera, la identidad como proyecto, una mejor comprensión del enfoque integral del proyecto, y la complementariedad de esfuerzos.

Capitalización del trabajo en equipo y del modelo de intervención del proyecto. Por todo lo anterior, las sinergias entre el equipo técnico permitieron generar mayores capacidades locales con una mejor comprensión sobre el modelo de intervención del proyecto, y con mejores perspectivas para próximas intervenciones similares en el país.

Evaluación de medio término y adenda de extensión sin costos. La evaluación de medio término concluyó con la necesidad de ampliar seis meses la intervención del proyecto (enero-julio 2022), sin una ampliación de financiamiento.

Los temas que debían ser abordados durante este periodo de salida del proyecto, fueron los siguientes:

- ◆ Reforzar la asistencia técnica productiva.
- ◆ Cristalizar la temática de género mediante: la creación de una estrategia de género, fortalecimiento de las redes de mujeres y reforzar la asistencia técnica en género y empoderamiento.
- ◆ Encauzar las iniciativas productivas: planes de negocios y la inserción de productos en el mercado.

Es de destacar que en el año 2021 se había ejecutado el 84% del presupuesto global, debiendo hacer los ajustes internos sobre el restante 16% para dar cumplimiento a lo solicitado, sin afectar los montos globales de cada uno de los socios y el cumplimiento de sus metas.

2.3 Instrumentos metodológicos

A fin de ordenar las coordinaciones y arreglos internos, posicionamiento e identidad del proyecto PIAH, se elaboró:

- ◆ Manual de procedimientos administrativos
- ◆ Plan de visibilidad
- ◆ Manual de marca

2.4 Proceso de aprendizaje

En el modelo de intervención y arreglos institucionales del proyecto PIAH se identifican los aprendizajes siguientes:

- ◆ Los resultados exitosos, de los que se derivan aprendizajes valiosos.
- ◆ Los ajustes del proceso sobre la marcha, que forzaron la creatividad de la intervención, generando un aprendizaje innovador.

Resultado exitoso	Aprendizaje valioso
Trabajo en equipo	De los arreglos institucionales y el formato de implementación del proyecto es posible asentar que las intervenciones con una amplia dispersión geográfica, requieren de un mayor esfuerzo de coordinación, penetración y transversalidad en los compromisos de la intervención misma, más allá de los roles y responsabilidades de las partes de un Consorcio.

1. Esta extensión de tiempo debió hacerse bajo el mismo monto de inversión, lo que obligó a hacer ajustes internos de líneas presupuestarias, a fin de atender las recomendaciones establecidas en la evaluación.

Figura 12 Diagramación PIAH

Resultado exitoso	Aprendizaje valioso
Planificación adaptativa-proactiva de intervenciones de desarrollo ajustadas a eventos inesperados: emergencias nacionales por pandemia COVID 19 y huracanes Eta e Iota.	La creciente vulnerabilidad social y ambiental registrada a escala mundial en las últimas décadas, exige incorporar en la planificación y gestión de proyectos de desarrollo local una nueva línea presupuestaria de prevención y mitigación de riesgos ambientales y sociales. Es necesario considerar que la prevención y mitigación de riesgos sociales y ambientales requieren de acciones concretas y contribuciones directas, debiéndose ver como una gestión inherente de todo proceso de desarrollo.

3. Modelo de desarrollo económico planteado por el proyecto PIAH

El modelo de desarrollo planteado por el proyecto PIAH partió de una fase diagnóstica para identificar y consensuar en campo las necesidades de los beneficiarios, la creación de capacidades y la oportunidad de poner en práctica lo aprendido. A la vez, ha buscado establecer nichos locales de gestión que posibiliten dar seguimiento a los emprendimientos alcanzados, anclándolos a estructuras locales ya existentes.

Por otro lado, siendo las mujeres y los jóvenes los principales beneficiarios, el enfoque y modelo de intervención del proyecto PIAH ha representado la oportunidad de trascender la llamada transversalización del enfoque de género, hacia la posibilidad de ser el sujeto de la acción en sí misma. A continuación, se resume el modelo de intervención del proyecto PIAH.

3.1 La lógica de la intervención

El modelo de intervención del proyecto puede verse en cinco fases (ver ilustración 2):



3.1.1 Fase 1: Diagnóstico/línea de base
<p>En esta se buscó conocer el territorio: sus actores, sus principales demandas y necesidades, las potencialidades, así como las oportunidades para establecer una sólida plataforma desde donde de gestara el desarrollo económico local de los cinco territorios indígenas meta. Esta fase estuvo dominada por el levantamiento de información diagnóstica en los temas siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico sobre brechas de género. Diagnóstico situacional de cada una de las organizaciones identificadas. Análisis de cadena de valor de productos vinculados a ecosistemas de agua y bosque en los pueblos indígenas y afrodescendientes de Honduras.
3.1.2 Fase 2: Delimitando el ABC del proyecto: Qué y con Quiénes
<p>La información fresca y acorde a las necesidades de intervención del proyecto que se obtuvo en la fase diagnóstica dio paso a la identificación acotada de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Socios y beneficiarios del proyecto. Identificación de las cadenas de valor en las cuales se enmarcarían las iniciativas empresariales. Necesidades de fortalecimiento (formación e inversiones).

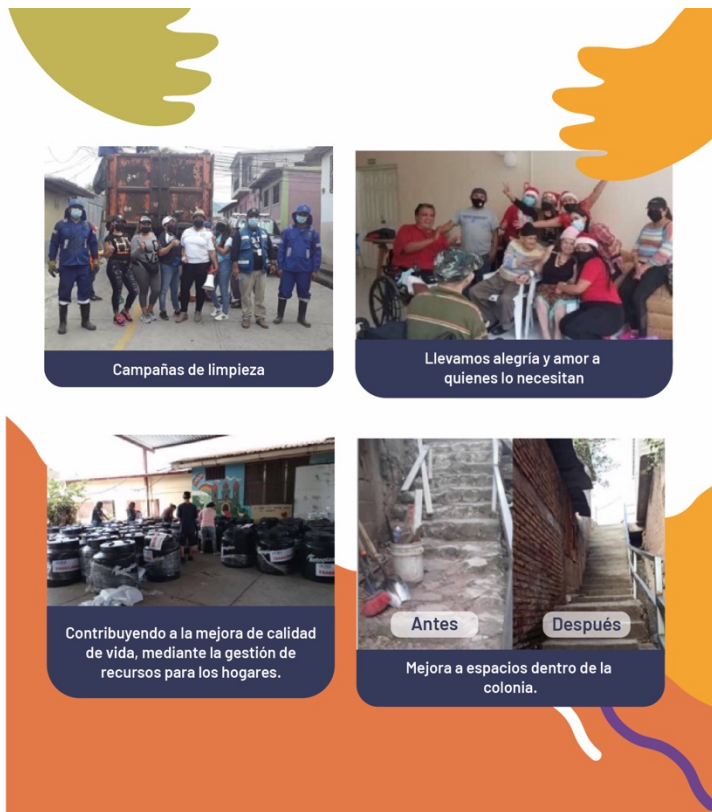
Figura 13 Volante AeA, Colectivo de Mujeres



Somos más de 40 mujeres y jóvenes voluntarias organizadas para proponer, desarrollar y gestionar proyectos que mejoren la calidad de vida, convivencia y espacios seguros en la colonia Izaguirre, a favor de la niñez, adolescencia, juventud y los más necesitados de nuestra comunidad.

Constantemente nos fortalecemos para la efectiva gestión dentro de la colonia, sin embargo, aún nos falta mucho por cumplir y necesitamos organizaciones que se sumen a esta noble labor para el desarrollo de nuestra colonia.

 @MujeresDePoderYAcción
 mujeresdepoder48@gmail.com



Campañas de limpieza

Llevamos alegría y amor a quienes lo necesitan

Contribuyendo a la mejora de calidad de vida, mediante la gestión de recursos para los hogares.

Antes

Después

Mejora a espacios dentro de la colonia.

Figura 14 Trifolio de colectivo de mujeres



Colectivo de Mujeres
PODER & ACCIÓN
En Acción

¿Quiénes somos?

Somos más de 40 mujeres y jóvenes voluntarias organizadas para proponer, desarrollar y gestionar proyectos que mejoren la calidad de vida, convivencia y espacios seguros en la colonia Izaguirre, a favor de la niñez, adolescencia, juventud y los más necesitados de nuestra comunidad.



¿Cómo nació el colectivo?

Nos conocimos siendo integrantes de un equipo de fútbol.

Para el año 2017 iniciamos nuestra labor de voluntariado e integramos y capacitamos a jóvenes y mujeres de cada sector de la colonia Izaguirre para formar a nuevos líderes y líderes.

A través de las "Tardes de café" conocimos las necesidades de nuestra comunidad y con el tiempo fuimos conformándonos como un grupo más grande y consolidado.

Actualmente estamos conformados por una Junta Directiva que planifica, organiza y gestiona acciones marcadas por el deseo de mejorar la calidad de vida de nuestros vecinos, es por eso que seguimos desarrollando actividades formativas, recreativas, de bienestar, solidarias, benéficas, de limpieza, deportivas, entre otras.



Algunas de nuestras gestiones:

- Talleres de belleza para mujeres y jóvenes.
- Cursos de graffitti.
- Clases de Zumba.
- Fútbolito femenino y masculino.
- Compartir con personas de la tercera edad y de escasos recursos económicos.
- Visita a asilo de ancianos.
- Ayuda a personas del crematorio.
- Entrega de alimentos en el Hospital Escuela.
- Proyecto de alumbrado público en la calle principal de la colonia.
- Instalación y restauración de gradas.
- Entrega de 100 kits de bioseguridad.
- Entrega de 100 Rotoplas para facilitar el almacenamiento de agua.





Colectivo de Mujeres
PODER & ACCIÓN
En Acción

Constantemente nos fortalecemos para la efectiva gestión dentro de la colonia, sin embargo, aún nos falta mucho por cumplir y necesitamos organizaciones que se sumen a esta noble labor para el desarrollo de nuestra colonia.

 @MujeresDePoderYAcción
 mujeresdepoder48@gmail.com



The poster features a purple background with white and yellow text. At the top, the title 'Intercambio de experiencias' is written in a large, white, cursive font, with 'FACILITADORAS Y FACILITADORES SANRADIO' in a smaller, yellow, sans-serif font below it. The event details are organized into three columns, each with an icon: a calendar icon for the date '19 de noviembre 2022', a location pin icon for 'YAMARANGUILA, INTIBUCA Local de Radio Zavalanquira', and a clock icon for the time '9:00 am a 2:00 pm'. The central image shows four people: a woman in a pink headscarf and colorful shawl, and three men wearing face masks and casual clothing, all looking towards the right. The bottom of the poster features two logos: 'RDS Hn RED DE DESARROLLO SOSTENIBLE Honduras' and 'PROYECTO SANRadio'.

Intercambio de experiencias

FACILITADORAS Y FACILITADORES SANRADIO

 19 de noviembre 2022

 YAMARANGUILA, INTIBUCA
Local de Radio Zavalanquira

 9:00 am
a 2:00 pm

 **RDS** Hn

RED DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Honduras

 **PROYECTO SANRadio**

Figura 15 Invitación de SANRadio

Figura 16 Diplomas de PROLEMPA



Figura 17 Diplomas de PROLEMPA



 RED DE CENTROS DE COMUNICACIÓN

DIPLOMA

El proyecto CARE-PROLEMPA y la Red de Desarrollo Sostenible Honduras acreditan que el:

CCC San Juan

ha completado su proceso organizativo, legal y operativo para desarrollar iniciativas de emprendimiento económico y de proyección social en el municipio de San Juan, Intibucá en el marco de la Iniciativa de Centros de Comunicación Comunitaria, Región Lempa, con el financiamiento de Asuntos Mundiales Canadá.

A los 25 días del mes de noviembre de 2022, Tegucigalpa M.D.C.

Maite Matheu
Directora CARE, Honduras



Victor Avila
Coordinador de programa y Proyecto, RDS-HN



RDS RED DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROLEMPA



care

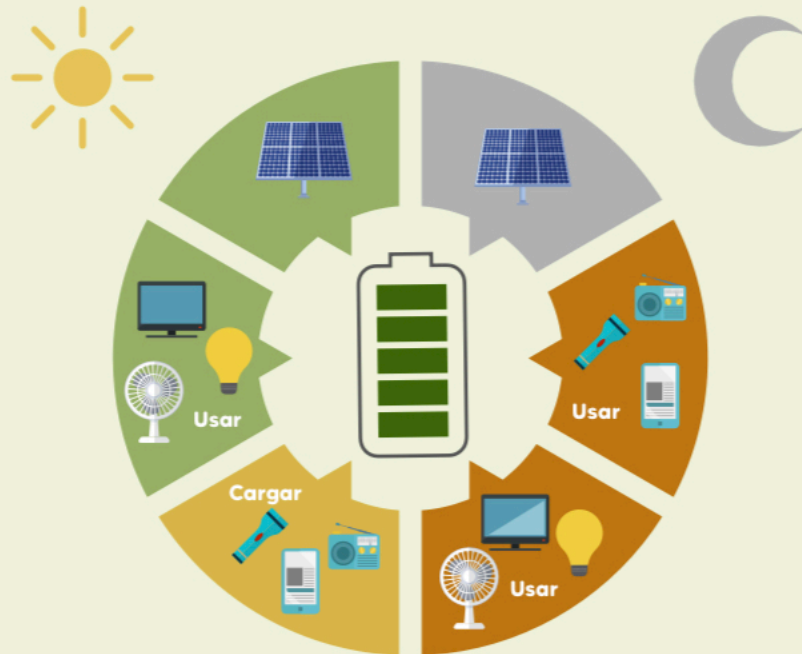


In partnership with
Canada

Figura 18 Diagramación de Corylus



RECOMENDACIONES DE CARGA Y USO



No utilizar al mismo tiempo

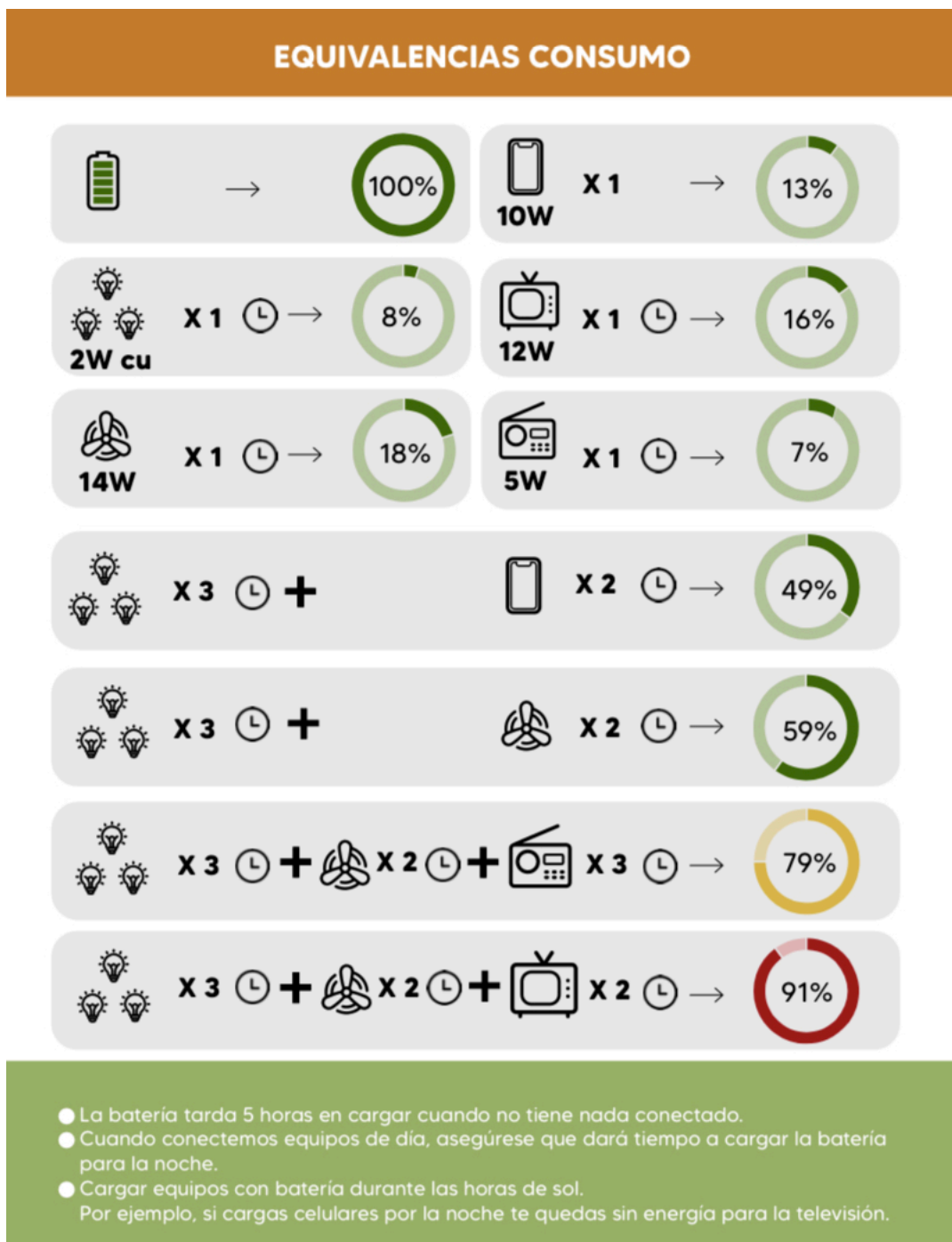


Es recomendado que las pantallas sean máximo de 24 de pulgadas



No se pueden conectar ningún aparato con salida superior a 12 voltios y Corriente Alterna

Figura 19 Diagramación de Corylus



FORMATO DE EJECUCION PROYECTO PIAH



Figura 20 Diagramación PIAH

MODELO DE INTERVENCION DEL PROYECTO PIAH

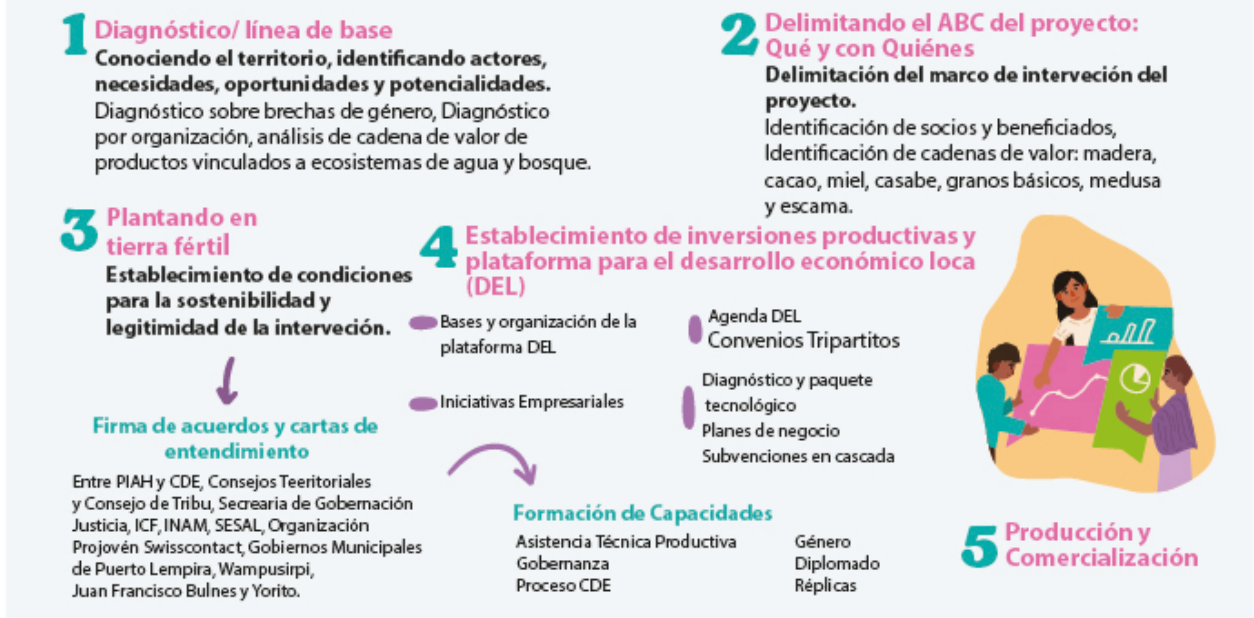


Figura 21 Diagramación PIAH

Figura 22 Diagramación PIAH



Figura 23 Diagramación PIAH

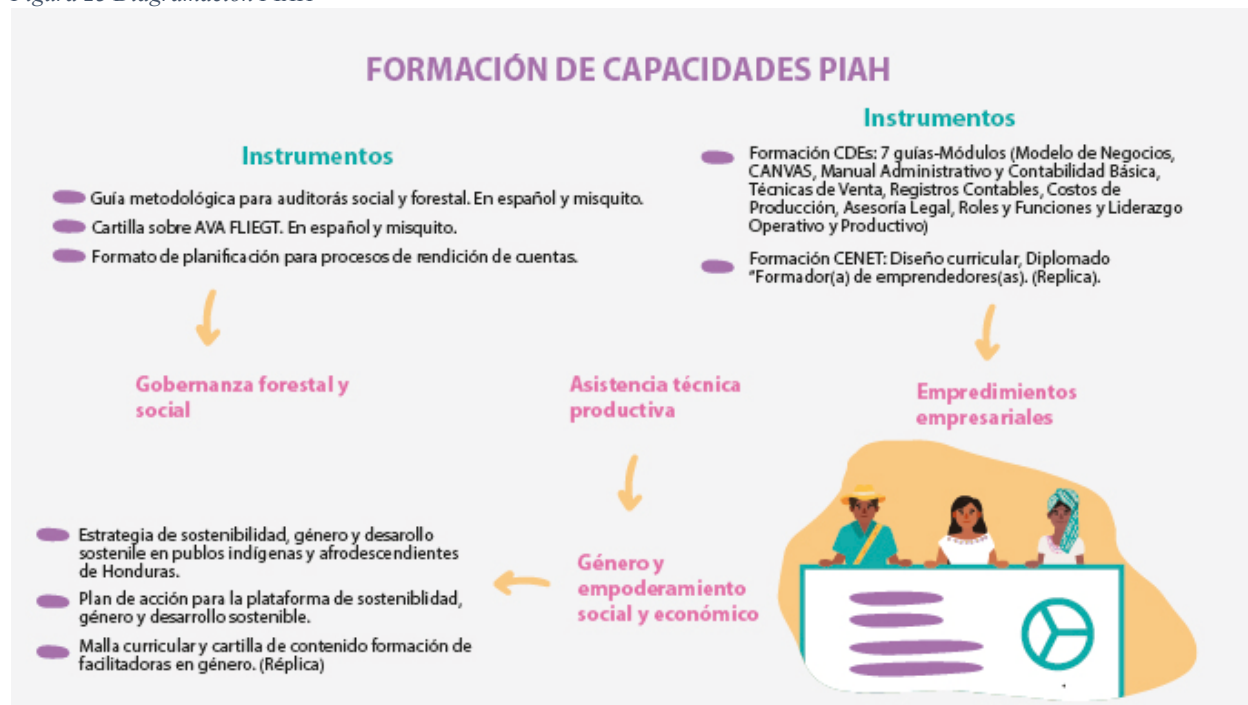


Figura 24 Diagramación PIAH



Figura 25 Diagramación PIAH

ANÉCDOTAS VIVIDAS DURANTE LAS CONSULTAS Y RECOPIACIÓN DE INSUMOS PARA LA SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO PIAH

Empoderamiento de género femenino y capacidad de liderazgo. Mujeres Tawahka

El proceso de formación de las mujeres tawahka ha de verse como uno de los mayores logros del proyecto PIAH, esta premisa basada en el testimonio de la mujer Tawahka de nombre Senaida Zelaya quien temerosa de ser reprendida por su pareja de hogar decide lanzarse como una mujer emprendedoras, llegando a ser la presidenta de la empresa Tawahka Yalbas. No obstante, su salto trasciende aún más llegando a postularse y ganar la posición de Vice Alcaldesa del Municipio de Wampusirpi





Motivación empresarial y autoestima como mujer. Mujeres Pech

En Las Marias-Ro Plátano (Grupo ASO OWAH y ASE KAMAZA) que en el proceso perdieron complementamnete su inversión de colmenas, no obstante, a la fecha están a la espera de su primera producción, buscando mercados, buscando un mejor futuro y manifestando sentirse útiles en su hogar, siendo parte activa del sustento de sus familias.

Emprendedurismo y habilidades de comunicación en ventas. Mujeres Tolupanes
 Las mujeres del grupo Apis Los Achotes y Manos del Mañana (Liquigüe -Yorito) han incursionado en nuevos rubros productivos (miel y procesamiento de frijoles) y quines con una habilidosa interacción de ventas logran vender sus productos (miel, artesanías de acículas de pino, frijoles molidos empacados y hortalizas).




Nuevas oportunidades de emprendimiento. Mujeres Misquitas. Grupo KAUMA
 Luego del proceso de replica del diplomado, la integración de jóvenes al grupo Kauma a dinamizado las opciones de negocios, un pequeño grupo de 9 mujeres jóvenes que han incursionado en la preparación de curtiembres de piel de pescado robalo. Producto comercializado con la empresa "Vos Honduras", empresaria Pili Luna) con sede en Tegucigalpa.

Capacidades administrativas y empresariales. Grupo Misquito Pazcobla
 La actividad de pesca en el grupo PAZCOBLA, quienes manifiestan haber reducido en un 80% sus costos de producción a partir de la donación de equipo de refrigeración adaptado a energía solar.

Integración del género masculino. Cohesión grupal-sororidad entre géneros. Hombre Tolupanes
 En el grupo Mnos de Mañana, uno de sus miembros (del sexo masculino) manifiesta que su rol principal es ser motivador del grupo, especialmente de las mujeres y apoyarles en su proceso.



Figura 26 Diagramación PIAH

Figura 27 Diagramación PIAH

Cohesión étnico-cultural y dinamización-inserción de economías locales en mercados de los PIAH a través de Expo-Ferías

Con la realización de las expo ferias MIPYMES y expo ferias Micro Empresariales (actividades desarrolladas en coordinación con los CDEs y las Alcaldías Municipales), se ofrece un espacio real en el cual los emprendedores se sienten como tales, teniendo la oportunidad de poner en práctica lo aprendido (calidad de sus productos, técnicas de mercadeo, facturación, disponibilidad de un producto competitivo, entre otros factores), siendo además espacios que permiten enlazar con otros mercados tanto locales como nacionales.



"Muchos de estos ejemplos similares se lograron vivir durante el proceso de sistematización del proyecto PIAH, vivencias que es necesario transmitir a manera de nuestras valoraciones finales del proceso de intervención proyecto"



Figura 28 Infografía Spotlight

Figura 29 Infografía Distrito Cnetral

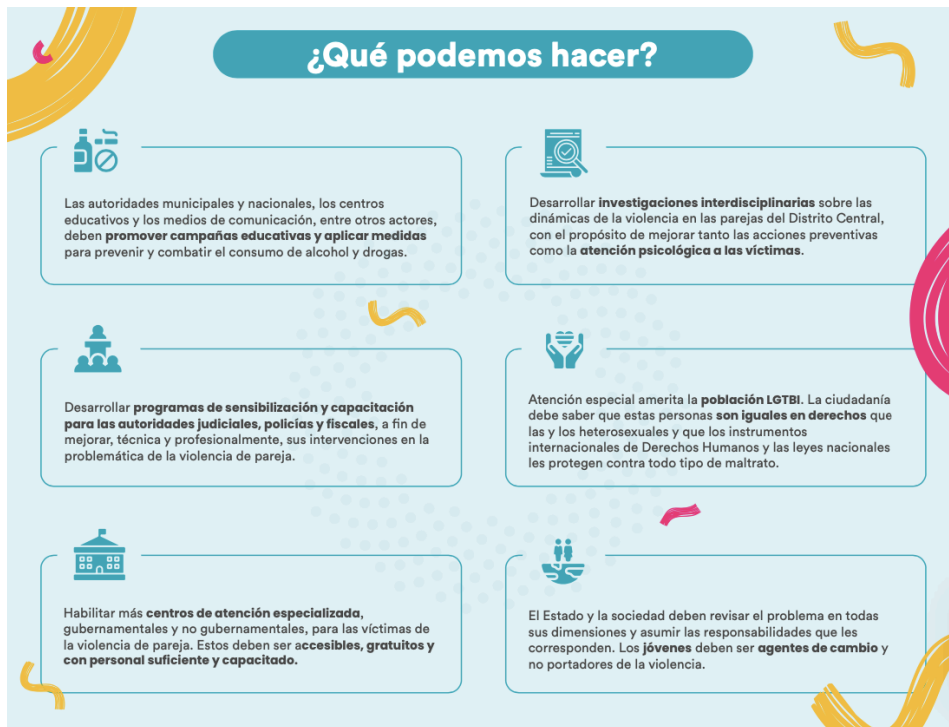




Figura 30 Infografía Distrito Central

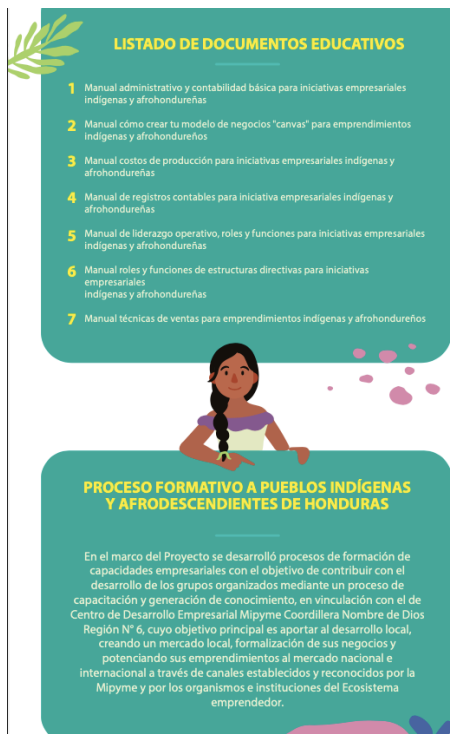


Figura 31 Bifolio PIAH



Manual de liderazgo operativo, roles y funciones para iniciativas empresariales indígenas y afrohondureñas

Objetivo: Identificar la importancia del liderazgo para los colaboradores de cada iniciativa para desarrollar las cualidades de carácter y las aptitudes en cada área de la empresa.

Manual roles y funciones de estructuras directivas para iniciativas empresariales indígenas y afrohondureñas

Objetivo: Brindar a los representantes de las juntas directivas de las iniciativas empresariales elementos sobre la conformación y funcionamiento de estas, de tal manera que se facilite el cumplimiento de sus funciones y se fortalezca el área de Dirección y Gestión.

Manual técnicas de ventas para emprendimientos indígenas y afrohondureños

Objetivo: Brindar un documento formativo y de consulta que permita capacitar al personal de la empresa relacionado con las técnicas de ventas para el crecimiento porcentual de sus empresas.



PROCESO FORMATIVO A PUEBLOS INDÍGENAS Y AFRODESCENDIENTES DE HONDURAS

PROYECTO PUEBLOS INDÍGENAS Y AFRODESCENDIENTES DE HONDURAS (PIAH)

El proyecto es financiado por la Unión Europea, busca mejorar la matriz productiva de las poblaciones Miskitu, Tawahka, Pech, Garifuna y Tolupán, a través de la facilitación de procesos que potencien capacidades y aseguren la interacción de diferentes actores en el territorio contribuyendo a mejorar los procesos productivos y haciéndolos más justos e incluyentes, para mujeres y jóvenes.









¿Cómo desarrollar el proceso de formación?

- 1 Las personas a formar deben cumplir con el perfil requerido.
- 2 La persona instructora debe desarrollar actividades extracurriculares de fortalecimiento.
- 3 La currícula puede ser modificada según aprendizajes.
- 4 Se debe contar con recursos didácticos.
- 5 Los métodos y técnicas de enseñanza deben garantizar y permitir la participación activa de las y los participantes respetando su identidad.
- 6 Se deben realizar replicas del proceso a nivel de organizaciones y/o comunidades.

Figura 32 Bifolio PIAH

Figura 33 Bitácora

BITÁCORA DE ACTIVIDADES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

Práctica Profesional y Proyecto de Graduación
Diseño Gráfico

<p>Nombre del estudiante: Karla Alejandra López Durán</p>	<p>Lugar de práctica: Red de Desarrollo Sostenible - Honduras</p>
<p>Semana: Uno y Dos</p>	<p>Total de hora reportadas: 40 horas</p>

Figura 34 Bitácora semana 1

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 1 SEMANA	ACTIVIDAD			
12 de octubre	Inducción	Actividad 1	1.5 horas	Inducción dentro de la empresa.
12 de octubre	Presentación	Actividad 2	1 hora	Presentación de la empresa.
12 de octubre	Rediseño	Actividad 2	4 horas	Se realizó un rediseño de arte de un Tríptico circular de 360° y maquetarlo al final para darle un ejemplo al cliente.
13 de octubre	Correcciones	Actividad 3	5 horas	Se realizó correcciones del rediseño de arte de un Tríptico circular de 360°.
14 de octubre	Diagramación	Actividad 4	4 horas	Se realizó arte de diagramar un proyecto de sistematización en Indesign.

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3 SEMANA	ACTIVIDAD			
15 de octubre	Diagramación	Actividad 4	8 horas	Se realizó una diagramación de sistematización de PIAH
16 de octubre	Diagramación	Actividad 4	8 horas	Se realizó una diagramación de sistematización de PIAH

Figura 35 Bitácora semana 2

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 2 SEMANA	ACTIVIDAD			
17 de octubre	Diagramación	Actividad 4.2	6 horas	Se realizó arte de diagramar un proyecto de sistematización en Indesign.
18 de octubre	Diagramación	Actividad 4.3	6 horas	Se realizó un arte de cuadros de contenido con sus propias ilustraciones, con sus respectivos colores.
18 de octubre	Entrega de proyecto	Actividad 4.4	1 hora	Entrega de Proyecto de Sistematización y correcciones.
19 de octubre	Corrección de proyecto	Actividad 5	4 horas	Se realizó correcciones en el arte de ilustraciones.
20 de octubre	Corrección de proyecto	Actividad 5.1	4 horas	Se realizó correcciones de diagramación, líneas, cuadros, textos y puntuación.
20 de octubre	Corrección 360	Actividad 5.2	1 hora	Se realizó correcciones en proyecto360, en texto y líneas.
21 de octubre	Corrección Proyecto	Actividad 5.2	3 horas	Se realizó correcciones de diagramación, líneas, cuadros, textos y puntuación.

Figura 36 Bitácora semana 3 y 4

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3 SEMANA	ACTIVIDAD			
19 de octubre	Corrección 360	Actividad 5.1	4 horas	Se realizó correcciones en el arte de ilustraciones.
20 de octubre		Actividad 5.2	3 horas	Se realizó correcciones en proyecto360, en texto y líneas.
21 de octubre	Corrección Proyecto	Actividad 5.2	4 horas	Se realizó correcciones de diagramación, líneas, cuadros, textos y puntuación.
24 de octubre	Reunión	Actividad 6	2 horas	Reunión para alistar las actividades siguientes.
25 de octubre	Reunión	Actividad 6	2 horas	Afinar las actividades.
26 de octubre	Diagramación	Actividad 7.1	8 horas	Se realizó arte de diagramar un proyecto de tríptico plegable de ayuda humanitaria.
27 de octubre	Diagramación	Actividad 7.2	4 horas	Se realizó arte de diagramar un proyecto de tríptico plegable de ayuda humanitaria.
27 de octubre	Correcciones	Actividad 7.3	4 horas	Se corrigió parte de contenido de la diagramación.
28 de octubre	Diagramación	Actividad 8.1	8 horas	Se realizó arte de diagramar un proyecto de guía para para futuras pandemias.

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
31 de octubre	Diagramación	Actividad 8.2	8 horas	Se realizó arte de diagramar un trifold de media carta, para Mujeres y Acción. Trifold impreso y Trifold digital.
1 de Noviembre	Corrección	Actividad 8.3	8 horas	Se realizó correcciones de diagramación, contenido, textos y puntuación.
2 de Noviembre	Reunión	Actividad 9	3 horas	Reunión para alistar las actividades siguientes.
3 de noviembre	correcciones	Actividad 9	5 horas	Entrega final y correcciones de fotografías, colores y de diagramación.
	Arte	Actividad 9.1	8 horas	Elaborar arte de diplomas para socios y centros.
4 de noviembre	Arte	Actividad9.2	5 horas	Elaborar arte de diplomas para socios y centros. y correcciones de logos.
4 de noviembre	Editar	Actividad 9.3	3 horas	Editar fotografías para invitación de PROLEMPA.

Figura 37 Bitácora semana 5

Figura 38 Bitácora semana 6

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
7 de noviembre	Arte	Actividad 10	8 horas	Se realizó propuesta de invitación para SAN Radio, acerca de agricultura, se definió la tipografía y paleta de color con el cliente.
8 de Noviembre	Corrección	Actividad 10.1	8 horas	Se realizó correcciones acerca de propuestas de invitación para SAN Radio, otra propuesta de paleta de color.
9 de Noviembre	Reunión y cambios	Actividad 10.2	8 horas	Reunión para prepara las actividades siguientes y realizar cambios de invitación de SAN Radio.
10 de noviembre	correcciones	Actividad 11	8 horas	Entrega final de invitación y correcciones de paleta de color.
11 de noviembre	Arte	Actividad 11.1	8 horas	Elaborar ilustraciones para realizar animación para PRAWANKA
14 de noviembre				
15 de noviembre				
16 de noviembre				

Figura 39 Bitácora semana 6 y 7

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
14 de noviembre	Editar	Actividad 12	8 horas	Se realizó edición de fotografías, para propuesta de video para PROLEMPA.
15 de Noviembre	Diagramación	Actividad 12.1	8 horas	Se realizó diagramación de Diplomas para PROLEMPA, con sus nombre de socias y socios.
16 de Noviembre	Diagramación	Actividad 12.2	8 horas	Se realizó diagramación de Diplomas para PROLEMPA, con sus nombre de socias y socios.
17 de noviembre	Correcciones	Actividad 12.3	8 horas	Correcciones de Diplomas de interlineado y posicionamiento.
18 de noviembre	Correcciones	Actividad 12.4	8 horas	Correcciones de Justificación de párrafos e ilustraciones de proyecto PIAH.
21 de noviembre	Correcciones	Actividad 13	8 horas	Se realizó correcciones de diplomas para PROLEMPA y final para enviar, con cada uno de sus nombres.
22 de noviembre	Arte	Actividad 13.1	8 horas	Se realizó un arte para Corylus acerca de manual y consumo de carga. Se realizó una línea gráfica, para realizar el volante.
23 de noviembre	Correcciones	Actividad 13.2	8 horas	Se realizó correcciones de volante Corylus, con diferentes diseños y colores.

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
5 de Diciembre	Incapacidad			Incapacidad por enfermedad
6 de Diciembre	Incapacidad			Incapacidad por enfermedad
7 de Diciembre	Incapacidad			Incapacidad por enfermedad
8 de Diciembre	Incapacidad			Incapacidad por enfermedad
9 de Diciembre	Diagramación	Actividad 14	8 horas	Diagramación protocolo de actuación interinstitucional.
10 de Diciembre	Diagramación	Actividad 14.1	8 horas	Diagramación protocolo de actuación interinstitucional.

Figura 40 Bitácora semana 8

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
12 de Diciembre	Diagramación	Actividad 15	8 horas	Diagramación protocolo de actuación interinstitucional.
13 de Diciembre	Diagramación	Actividad 15.1	8 horas	Diagramación cambio climático para Ayuda en Acción.
14 de Diciembre	Diagramación	Actividad 15.2	8 horas	Diagramación cambio climático para Ayuda en Acción.
15 de Diciembre	Correcciones	Actividad 15.3	8 horas	Correcciones de diagramación, corregir bullets y colores.
16 de Diciembre	Entrega	Actividad 15.4	8 horas	Correcciones de colores y entrega de trabajo.
19 de Diciembre	Infografía	Actividad 16	8 horas	Diagramación de Infografía Intibucá
20 de Diciembre	Infografía	Actividad 16.1	8 horas	Diagramación de Infografía Intibucá
21, 22 y 23 de Diciembre	Correcciones	Actividad 16.2	8 horas	Correcciones de colores y diagramación.

Figura 41 Bitácora semana 9 y 10

DETALLES DE ACTIVIDAD		TAREAS REALIZADAS	TIEMPO INVERTIDO	OBSERVACIONES / COMENTARIOS
FECHA 3SEMANA	ACTIVIDAD			
2 de Enero	Correcciones	Actividad 17	8 horas	Se realizó correcciones Spotlight.
3 de Enero	Correcciones	Actividad 17.1	8 horas	Se realizó correcciones que mandó el cliente Spotlight
4 de Enero	Correcciones	Actividad 17.2	8 horas	Se realizó correcciones internas en la empresa.
5 de Enero	Diagramación	Actividad 17.3	8 horas	Diagramación Infografía Spotlight Distrito central
6 de Enero	Diagramación	Actividad 17.4	8 horas	Diagramación PIAH bifolio proceso formativo de pueblos.
7 de Enero	Correcciones	Actividad 17.5	6 horas	Correcciones internas en la empresa y externas (cliente) diagramación bifolio.

Figura 42 bitácora semana 11



**Escuela de
Arte & Diseño**



unitec[®]