

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

WATER FOR PEOPLE

SUSTENTADO POR:

ARIANA ROCCIO SILVA ALVARADO

11711024

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADA DE DISEÑO GRÁFICO**

TEGUCIGALPA, M D C HONDURAS, C A

ABRIL, 2021

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	8
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
CAPÍTULO I GENERALIDADES.....	11
1.1 Objetivos de la práctica profesional en la Empresa.....	11
1.1.1 Objetivo General:	11
1.1.2 Objetivos específicos:	11
1.2 Datos Generales de la Empresa:.....	12
1.2.1 Reseña Histórica	12
1.2.2 Visión.....	13
1.2.3 Misión	13
1.2.4 Valores	13
1.2.5 Organigrama de la empresa.....	14
CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN.....	15
2.1 Descripción del Cargo.....	15
2.2 Manejo de página de Facebook.....	16
2.3 Diseño de recursos gráficos para socios.....	17
2.4 Elaboración de propuestas de marca.....	19
2.5 Administración del sitio web.....	20
CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA.....	21
Propuesta de rediseño del Sitio Web.....	21
3.1 Diagnóstico.....	21
3.2 Tipo de proyecto	22
3.3 Objetivos.....	22
3.3.1 Objetivos Generales	22
3.3.2 Objetivos Específicos.....	22
3.4 Descripción.....	23
3.5 Justificación.....	23
3.6 Beneficiarios.....	24
3.7 Estrategia Metodológica.....	24
3.8 Cronograma.....	26
3.9 Recursos.....	27

3.10 Presupuesto	27
3.11 Indicadores de evaluación del proyecto	28
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	29
4.1 Conclusiones	29
4.2 Recomendaciones	30
BIOBLOGRAFÍA.....	32
GLOSARIO	33

Índice de Anexos

ANEXOS	34
Anexo 1. Piezas publicadas en Facebook	34
Anexo 2. Piezas audiovisuales publicadas en Facebook	35
Anexo 3. Piezas de la campaña “Valoro el agua”.	35
Anexo 4 . Piezas para el día mundial del agua.....	36
Anexo 5. Artes para Fundación Horizontes de Amistad.....	36
Anexo 6. Marca y piezas del concurso “El desafío de la caca”.	37
Anexo 7. Creación de marca para USCL.....	38
Anexo 8. Creación de marca para COMAS.....	39
Anexo 9. Páginas para Sitio Web.	40
Anexo 10: Diseño anterior del sitio web	41
Anexo 11: Sitemap y Wireframes.	42
Anexo 12: Propuesta inicial línea gráfica.	43

AGRADECIMIENTO

Mediante la presente se le brinda un saludo a todo aquel que integra la organización de Water For People.

En esta ocasión me contacto con el área de Comunicaciones y Recaudación de Fondos para hacer expresó el agradecimiento por la oportunidad de desarrollar la práctica profesional en esta compañía.

En el transcurso de estas 11 semanas asumiendo el cargo de diseñador gráfico se consiguió aprender habilidades y conocimientos importantes referidas a la profesión, las que serán de gran ayuda para ser un profesional más destacado. Por esta oportunidad se consigue culminar una de las partes de mayor importancia para poder obtener el título profesional.

Deseo que prosigan los triunfos y que continúen abriéndose las puertas a los estudiantes, que al igual que yo, tenemos orgullo y agradecimiento por haber integrado esta importante compañía.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento resume las actividades que Ariana Silva Alvarado llevó a cabo durante su práctica profesional realizada en Water For People, durante los meses de enero a marzo de 2021, previo a su investidura con el título de Licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC.

Water For People, es una organización que opera en Honduras desde 1997 y en 2007 redujo su enfoque para priorizar tres distritos, a través de los años ha brindado servicios de agua, saneamiento e higiene. Para asegurarse que estos servicios puedan ser sostenibles, Water For People apoya a los gobiernos locales y a los comités comunitarios de agua que son responsables de la gestión y operación de los sistemas de agua.

La pasantía tiene como objetivo integrar al estudiante en un ambiente laboral para complementar su formación académica, así mismo moldear su carácter profesional y aportar a la empresa de manera significativa. La estudiante fue asignada al departamento de Comunicaciones y Recaudación de Fondos, donde realizó diversas actividades de diseño. A lo largo de las 10 semanas de práctica, la estudiante realizó actividades de diseño gráfico, redacción, proyectos de producción audiovisual, planteamiento de concepto y estrategias publicitarias, y elaboración de campañas internas de la empresa.

El informe está compuesto por tres capítulos que describen la información general de la empresa, las actividades realizadas y la propuesta de mejora que la practicante preparó para la empresa.

En el Capítulo I se describen las generalidades de la empresa, aquí se incluyen la reseña histórica, misión, visión, valores y organigrama de la institución, así como los objetivos que la practicante se planteó al inicio de su pasantía.

En el Capítulo II se puntualizan las funciones asignadas a la estudiante a lo largo de su práctica profesional, además se detallan las actividades con más relevancia.

En el Capítulo III se muestra el proyecto de mejora propuesto por la estudiante. Este incluye un diagnóstico de la empresa, nombre del proyecto, objetivos, descripción detallada de cada etapa, justificación, beneficiarios, cronograma de actividades, los recursos necesarios para su elaboración, presupuesto y evaluación final del proyecto. Dicho proyecto consiste en el rediseño del sitio web de Water For People Honduras.

El Capítulo IV contiene las conclusiones de la estudiante acerca de todo el período de práctica profesional. Además, incluye recomendaciones a la universidad y a futuros practicantes.

Al final del informe se encuentran la bibliografía, fuentes utilizadas para elaborar el informe, también el glosario, con la definición de términos técnicos utilizados en la redacción de este documento, y finalmente los anexos, con ejemplos que evidencian el trabajo realizado por la practicante.

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1.1 Objetivos de la práctica profesional en la Empresa

1.1.1 Objetivo General:

Poner en práctica toda la teoría y habilidades de diseño gráfico que se han adquirido durante el pregrado y ampliar los conocimientos por medio de la exposición en el rubro de las comunicaciones.

1.1.2 Objetivos específicos:

- Apoyar en la elaboración de contenido, marketing digital y community management de Water For People Honduras y Latinoamérica.
- Elaborar marcas e identidades gráficas atemporales para los socios y colaboradores de Water For People en las comunidades y mancomunidades con las que se están realizando proyectos de agua y saneamiento en Honduras.
- Elaborar contenido y recursos gráficos que fortalezcan la comunicación, branding y marketing de Water For People para su promoción y difusión vía digital e impresa.
- Brindar capacitaciones al equipo regional y las organizaciones socias de las comunidades en Honduras sobre temas básicos de diseño gráfico, herramientas digitales y creación de contenido para redes.
- Contribuir con la comunicación digital y visibilidad de Water For People mediante el rediseño de la página web de la organización.

1.2 Datos Generales de la Empresa:

1.2.1 Reseña Histórica

El agua y el saneamiento están en nuestro ADN. La idea detrás de Water For People comenzó a principios de la década de 1980, con tres personas que querían usar su experiencia para construir un mundo mejor.

Ken Miller, Wayne Weiss y John B. Mannion habían pasado toda su carrera trabajando en el sector del agua y las aguas residuales, y cada uno de ellos creía que era posible que todos en el mundo tuvieran acceso a servicios de agua potable y saneamiento. Esto no era un sueño imposible, era una convicción real respaldada por décadas de experiencia. En 1991, estos tres hombres se unieron a otros en sus industrias para crear Water For People, una organización internacional sin fines de lucro con sede en Denver, Colorado. Usando sus redes, conocimiento y experiencia, comenzaron a construir un programa que traería soluciones duraderas a la crisis mundial del agua.

Hoy en día, Water For People continúa confiando en fuertes vínculos con los profesionales de la industria del agua. Estas asociaciones garantizan que las soluciones que ofrecemos se basan en la experiencia de expertos en agua y aguas residuales de todo el mundo.

Water For People nació de la American Water Works Association (AWWA), la asociación científica y educativa sin fines de lucro más grande dedicada a la gestión y el tratamiento del agua.

Seguimos teniendo una sólida asociación con AWWA, la Water Environment Federation, la National Association of Water Companies, la National Association of Clean Water Agencies y la US Water Alliance. Estos socios nos ayudan a garantizar que los servicios de agua potable y saneamiento de alta calidad estén disponibles para todos para siempre.

1.2.2 Visión

Un mundo en el que todas las personas tengan acceso a servicios de saneamiento y agua fiables y seguros.

1.2.3 Misión

Water For People existe para promover el desarrollo de servicios de agua potable y saneamiento de alta calidad, accesibles para todos y sostenidos por comunidades, empresas y gobiernos sólidos.

1.2.4 Valores

Transparencia: en lo que hacemos, lo que cuesta y lo que está funcionando.

Comaradería: Sobre el terreno, en el sector y en todos los niveles de gobierno

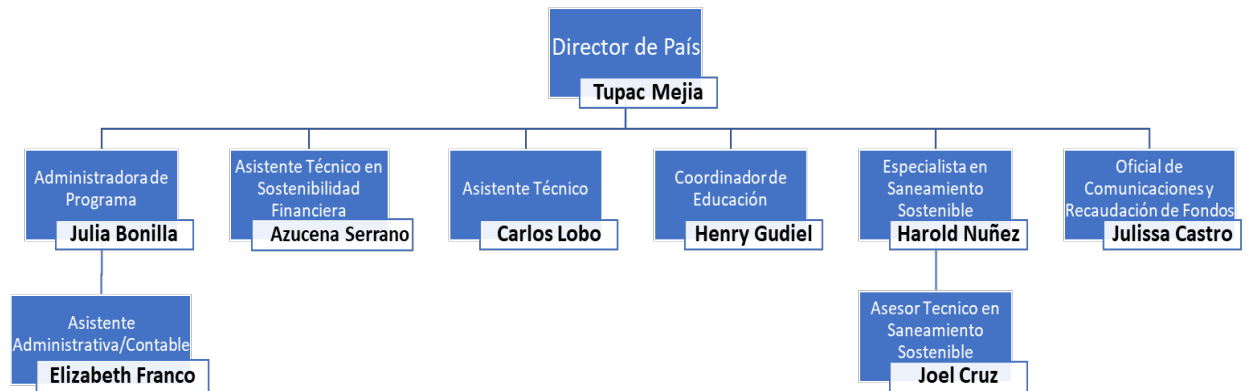
Empoderamiento: de ciudadanos, familias e instituciones locales

Coraje: innovar, arriesgar, liderar

Responsabilidad: a las comunidades, socios y entre ellos

(Water For People, 2019)

1.2.5 Organigrama de la empresa



CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

2.1 Descripción del Cargo

Se realizó la práctica profesional en el departamento de Comunicaciones y Recaudación de Fondos, la jefa de dicho departamento en Honduras es la Licenciada Julissa Castro. Al inicio de cada semana se realizaba una reunión vía Microsoft Teams para definir las asignaciones que se llevarían a cabo, luego al finalizar cada actividad se mandaban vía correo electrónico a la Lic. Julissa Castro quien daba la retroalimentación y a partir de ella se realizaban cambios, mejoras y finalmente con la aprobación se compartían los artes, videos y/o documentos en formato digital, pdf y editable, según fuese necesario.

Durante la semana también se asistía a reuniones con todo el equipo de Comunicaciones a nivel regional, para informar de las actividades que se estaban realizando y también se brindaba apoyo, talleres y lluvias de ideas para así colaborar entre todos los países.

En total las actividades realizadas fueron cuatro y cada una de ellas con diferentes niveles de dificultad. Algunas de las actividades fueron realizadas en el transcurso de las diez semanas que duró la práctica, como es el community management de Facebook y la elaboración de contenido y recursos gráficos para fortalecer la comunicación, branding y marketing de socios de la organización. Luego hubo otras actividades que se realizaban en el transcurso de una, dos o hasta tres semanas simultáneamente con las primeras dos actividades. Estas actividades fueron: diseño de marcas para las organizaciones socias de Water For People y el apoyo en la creación del sitio web de Water For People Honduras.

A continuación, se describirán cada una de las actividades realizadas.

2.2 Manejo de página de Facebook

Water For People maneja en las redes sociales sus perfiles generales de la organización y en Facebook hay páginas específicas para cada país. En este caso, la solicitud fue trabajar en la página de Facebook Honduras para poder incrementar el reconocimiento dentro del país.

Inicialmente se hizo la propuesta de pilares de contenido y un calendario editorial para Facebook, se trabajó en la lluvia de ideas para contenido y se presentó al Jefe de Comunicaciones a nivel regional y al Gerente del país. La estrategia para la red social, se enfoca en poder mostrar los servicios y proyecto que la organización esta realizando, también en promover la importancia de la causa. Los pilares de contenido son: Presentación del equipo Water For People, testimonios o historias de éxito, “behind the scenes” o avances de los proyectos, exposición de las obras realizadas por nuestros socios, campañas de concientización y finalmente fechas especiales, como por ejemplo, el Día Mundial del Agua o el Dia Mundial Sin Pajilla.

Se decidió crear una campaña llamada “Valoro el agua”, para incrementar el reconocimiento nacional de marca y concientización sobre la importancia del agua, con el fin de crear una base sólida para luego lanzar la campaña de donación.

Valoro el agua inició con la recopilación de imágenes, videos y validando información sobre el agua en Honduras. Luego se realizó un isologo siguiendo la línea grafica ya establecida por la organización, utilizando azul como el color primario y Akkurat como tipografía principal. Posteriormente el proceso de creación de contenido se dividió en 3 etapas: creación de historias, artes para posts y edición videos.

Para la creación de artes para publicaciones se utilizaron fotografías y datos relevantes sobre la crisis de agua en Honduras. Para las publicaciones también se realizó la redacción de los captions, utilizando información precisa, atractiva, de valor y con un llamado a la acción. (Ver **Anexo 1 y 2**)

Para las historias se crearon una serie de artes, que simulaban carteles de papel que se pegan para publicidad en las calles, que llevaran un dato impactante sobre la crisis de agua a nivel mundial, la referencia y un icono. En todos se incluyó la etiqueta #valOROelagua y el logo de la campaña y la organización. (Ver **Anexo 3**)

El día mundial sin Pajilla se decidió informar sobre el tema a la audiencia por medio de historias, pero dando un enfoque más al tema del uso del plástico, no solo las pajillas. Los artes tenían un fondo de plástico, la paleta de color utilizada fue el azul y también se incorporaron el rojo y verde, colores secundarios de la organización. (Ver **Anexo 4**)

2.3 Diseño de recursos gráficos para socios

Water For People brinda un servicio holístico a las comunidades con las que trabaja, su principal enfoque es la instalación de sistemas de agua y saneamiento. Para incrementar su autosostenibilidad se incorpora a la comunidad en el proyecto, al gobierno local y a aliados estratégicos.

A lo largo de la práctica profesional se trabajó brindándole apoyo a varias de estas organizaciones socias en la elaboración de recursos gráficos para fortalecer la comunicación, branding y marketing.

El proceso iniciaba con la reunión de colaboradores y socios para lograr una toma de decisión efectiva. Luego se realizaba una investigación sobre la empresa, se definía una propuesta de copies y contenido para luego ser aprobada y posteriormente se realizaban los artes para redes sociales, brochures, o posters dependiendo las necesidades de la empresa, utilizando como herramientas Adobe Illustrator y Photoshop. Usualmente los socios de Water For People no cuentan con líneas gráficas predeterminadas por lo tanto todos los recursos gráficos creados para ellos se realizaban siguiendo los lineamientos gráficos de Water For People.

Uno de los socios para quien se realizó una serie de artes para redes sociales fue Fundación Horizontes de Amistad. El objetivo era promocionar sus servicios de créditos financieros para mejorar la calidad de vida de las familias hondureñas. Para crear los artes se decidió utilizar fotografías que transmitieran la alegría de los clientes, personas/familias sonriendo y con buena iluminación y resolución. La paleta de color fue azul en 90% y 10% de amarillo para detalles que fuese necesario el contraste y la tipografía que se utilizó fue Akkurat regular y negrita. (Ver **Anexo 5**)

Impact Hub Tegucigalpa lanzara en el mes de abril un concurso para emprendedores hondureños que quieran crear soluciones de saneamiento. Para ellos se realizó una propuesta de marca, con un isologo compuesto por el nombre “El desafío de la caca” con una tipografía desgastada para representar la tierra, “el baño” de muchos hondureños en las áreas rurales y un icono lineal que representa a un hombre y una excavadora. También se realizaron piezas para la campaña de expectativa, inicialmente se propusieron copies y estos fueron aprobados por el equipo de Impact Hub. Para realizar los artes se utilizaron las tipografías de la marca Acumin Variable Concept y Bad Grunge. La paleta de cromática seleccionada fue un verde olivo y amarillo y para agregar dimensión a la pieza se acompañó de una textura de fondo. (Ver **Anexo 6**)

2.4 Elaboración de propuestas de marca

Water For People brinda capacitaciones de temas de comunicación y marketing a varias de sus organizaciones socias en las comunidades El Negrito, Yoro, Chinda, Santa Barbara y San Antonio, Cortes. Durante estas capacitaciones se pudo notar que los socios únicamente utilizaban sus iniciales como “logo”, es por ello por lo que se les recomendó definir su marca.

Se realizaron reuniones con los socios y la Lic. Julissa para poder conocer con mayor profundidad sus funciones y labores. Se discutieron cuales eran sus solicitudes en cuanto a las marcas y así se inició a trabajar en las propuestas, utilizando el programa Adobe Illustrator. Luego se tuvo una segunda reunión para presentar avances y a partir de sus comentarios se realizaron los cambios correspondientes. Finalmente, se les hizo entrega de un Brandboard, los documentos editables y todos los png y jpg.

Para la Unidad de Supervisión y Control Local se realizó un imagotipo con la tipografía Ubuntu y la fusión de una gota de agua con la letra “s”, ya que supervisión es la palabra que la empresa desea destacar. (Ver **Anexo 7**)

Para COMAS (Comisión Municipal de Agua Potable y Saneamiento) de San Antonio, Cortés se realizó un isologo, remplazando la letra O por una gota de agua con una sustracción de mapa del municipio. Las tipografías que se utilizaron fueron COCOMAT y Montserrat Light, la paleta de color se mantuvo en tonos de azul para representar el rubro de la empresa. (Ver **Anexo 8**)

2.5 Administración del sitio web

El 22 de marzo se celebra el día mundial del agua, una fecha muy importante para la organización. Una de las metas para esta fecha era contar ya con un sitio web que sirviera como landing page para la campaña de donación que se realizaría ese día.

El proyecto consistió en la investigación y recopilación de la información que se iba a publicar en el sitio web, inicialmente se habilitó una carpeta compartida en Google Drive para ir subiendo el texto y las imágenes para cada sección. Durante toda esta actividad la Lic. Julissa y el Lic. David Diaz (jefe de comunicaciones a nivel regional) fueron parte de la supervisión del proyecto. Luego de haber aprobado el contenido y la redacción, el Lic. David impartió un curso sobre WordPress.

Se tomó como referencia el sitio web general de Water For People para realizar el diseño del de Honduras, siempre respetando los colores y tipografías de la organización. Para los headers de todas las secciones se utilizó una fotografía como hero image y luego sobre ella se agregó el título. Para sintetizar información se crearon algunos gráficos en Adobe Illustrator.

(Ver Anexo 9)

CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA

Propuesta de rediseño del Sitio Web

3.1 Diagnóstico

En Water For People Honduras, el departamento de Comunicaciones tiene dentro de su línea de trabajo la recaudación de fondos. Ellos se han enfocado en la búsqueda de aliados estratégicos, es decir grandes instituciones dentro del país, para lograr su apoyo en el co-financiamiento de los proyectos.

Tras los huracanes del 2020, las comunidades afectadas en la zona norte aumentaron causando que el nivel de servicio de agua disminuyera un 60%. Esto significa un retraso de 20 años en muchas comunidades como El Negrito - Yoro, San Antonio - Cortés y Chinda- Santa Bárbara.

Es por esto que la necesidad por lograr una mayor recaudación de fondos aumento y la organización esta trabajando en alianzas con bancos locales y plataformas para poder iniciar una campaña nacional de donantes individuales. Sin embargo, el sitio web actual no cuenta con el contenido ni el diseño apropiado para lograr conversión. (Ver **Anexo 10**)

Siendo el sitio web la plataforma a donde se va a dirigir a los posibles donantes, es necesario que este contenga una presentación de la causa de forma clara y todos los datos que logren informar lo suficiente para que un usuario se convierta en donante.

3.2 Tipo de proyecto

El proyecto corresponde a la categoría de diseño y desarrollo web para exposición y recaudación de fondos de Water For People Honduras, organización del tercer sector.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivos Generales

- Elaborar una propuesta de rediseño del sitio web de Water For People Honduras que sirva para incrementar el porcentaje de conversión de visitantes a donantes potenciales.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Aplicar el conocimiento adquirido durante toda la carrera para poder desarrollar un sitio web que atraiga, informe y eduque.
- Implementar una arquitectura web que sea clara y fácil de navegar, en la que el contenido sea relevante e impactante.
- Desarrollar un prototipo demostrativo que sirva como modelo para la presentación del proyecto.

3.4 Descripción

La propuesta de mejora consiste en el rediseño del sitio web de Water For People Honduras. Se realizó para que la organización cuente con un landing page que pueda comunicar su misión, informar sobre el trabajo que realizan y educar a todos los posibles donantes sobre la realidad de la crisis de agua que se vive en el país para motivarlos a realizar la donación.

3.5 Justificación

Actualmente Water For People necesita incrementar el reconocimiento de su organización en Honduras, para poder empezar a socializar campañas de donación. La organización ya cuenta con un plan de exposición de marca para poder crear una comunidad en redes sociales, esto les permitirá llegar a más personas que compartan mismos intereses, pero para poder crear una conexión verdadera es necesario informar con mayor profundidad cual es la causa y el porqué de su importancia.

Las redes sociales sirven como herramienta de marketing, pero el sitio web es el centro principal de la presencia en línea, que cuenta con toda la información necesaria para conocer a la organización y facilita el proceso de donación, ya que es un lugar donde se puede mostrar cuales son todas las formas de donación en línea que están disponibles. “44% de los donantes en América Latina y el Caribe prefieren realizar sus donaciones en línea por medio de tarjetas de crédito o débito.” (Nonprofit Tech for Good, 2020)

También, para una organización no gubernamental, es importante conectar y ganarse la confianza de las personas para que así ellas se puedan convertir en donantes y es por esto que el sitio web respalda todo el trabajo que se realiza, mediante una estructura y diseño claro y eficiente.

3.6 Beneficiarios

La sede de Honduras de la organización Water For People son quienes se estarán beneficiando directamente de este proyecto, para ellos se diseño el sitio web.

De forma indirecta se beneficia a los usuarios por medio de un diseño de navegación y acceso rápido, fácil y entendible a toda la información dentro del sitio web.

3.7 Estrategia Metodológica

Para realizar el proyecto se tomó como base la metodología de diseño propuesta por Bruce Archer. “En este método, Archer propone como definición de diseño: "...seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles", lo que implica reconciliar un amplio rango de factores. El proceso de diseño, por lo tanto, debe contener fundamentalmente las etapas analítica, creativa y de ejecución.” (L. D. G. Mónica González Mothelet,

Para garantizar el alcance de los objetivos establecidos se subdivide cada etapa en las siguientes actividades:

- **Etapa Analítica:**

Identificación del problema

Obtención de datos relevantes

- **Etapa Creativa:**

Desarrollo de la arquitectura web

Elaboración del manual de estilo visual digital

Desarrollo del prototipo

- **Etapa Ejecutiva:**

Elaboración de la presentación

Presentación de la propuesta de mejora

- **Etapa de Implementación**

Promoción del sitio web

3.8 Cronograma

Etapa	Actividad	Objetivo	Tiempo
Etapa Analítica	Identificación del Problema	Analizar cuáles son los puntos de mejora que se encuentran en la organización y en base a ellos, definir un tema para el proyecto.	2 horas
	Obtención de datos relevantes	Analizar el sitio web actual y recopilar los datos relevantes para desarrollar la propuesta de mejora.	10 horas
Etapa Creativa	Desarrollo de la arquitectura web	Definir el sitemap y wireframes para el rediseño. (Ver Anexo 11)	20 horas
	Elaboración del manual de estilo visual digital	Determinar un estilo visual para el sitio web, (textos, fotografías, iconos y estructura) (Ver Anexo 12)	24 horas
	Desarrollo del prototipo	Desarrollar un prototipo que sirva como modelo visual del sitio web en Adobe Xd.	24 horas
Etapa Ejecutiva	Elaboración de la presentación	Preparar una presentación con una síntesis del proceso y el resultado final.	2 horas
	Presentación de la propuesta	Presentar la propuesta de mejora a la organización.	1 hora
Etapa de Implementación	Promoción del sitio web	Promocionar el sitio web por medio de las redes sociales	Aprox. 2 meses

3.9 Recursos

- **Recursos Humanos:**

Diseñador gráfico

- **Recursos materiales:**

Papel

Lápiz

- **Recursos tecnológicos:**

Computadora

Internet

Licencias de Adobe

Electricidad

3.10 Presupuesto

Presupuesto Rediseño de Sitio Web					
Recursos		Cantidad	Horas de trabajo	Precio Unitario	Total
Humanos	Diseñador gráfico	1	83	HNL 250.00	HNL 20,750.00
Materiales	Libreta Block Liso Copan 8.5X11plg Basico	1	N/A	HNL 20.50	HNL 20.50
	Lápiz Staedtler	1	N/A	HNL 23.50	HNL 23.50
Tecnológicos	Internet 25MB	1	83	HNL 1.34	HNL 111.22
	Licencia de Adobe	1	N/A	HNL 531.96	HNL 531.96
	Electricidad	1	83	HNL 4.50	HNL 373.50
Total	HNL				21,810.68

3.11 Indicadores de evaluación del proyecto

Para realizar la evaluación del impacto del rediseño del sitio web en la organización, se implementarán los siguientes KPIs (Indicadores Claves de desempeño):

- Número de donaciones realizadas.
- Número de nuevas visitas y visitantes recurrentes.
- Número de páginas visitadas.
- Tiempo de visita.
- Número de suscriptores.

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Durante la práctica profesional se pudieron aplicar los conocimientos y habilidades aprendidas durante la carrera, también se pudieron reforzar temas de comunicación como la redacción y el community management y se aprendió como orientarlos a empresas del tercer sector, donde se debe realizar una publicidad social y no comercial.
- Se pudo cumplir la meta y se terminó la aplicación del 80% del contenido en el sitio web de Honduras antes del 22 de marzo, fecha límite para poder iniciar a partir de ello la campaña de donación. Fue una asignación muy productiva, donde se pudo aprender sobre el manejo y administración de un sitio web utilizando la plataforma de WordPress.
- Ayudar a las empresas socias de Water For People, las cuales son organizaciones ubicadas en las comunidades donde ellos estan actualmente trabajando, que se encargan de la administración de los servicios de agua y saneamiento y apoyo financiero a familias hondureñas para mejorar su calidad de vida fue un trabajo bastante gratificante. Se les apoyo con la creación de material de branding y marketing, lo cual resulta muy beneficioso para ellos que no tienen los recursos suficientes para poder costear estos gastos. Se lograron ver fotografías de como ellos instalar sus banners en las oficinas y colocaron en los edificios las señales con sus nuevos logos. Lastimosamente por limitaciones de tiempo no se pudo realizar las capacitaciones sobre creación

de contenido, pero si se pudo crear las cuantas de Facebook y presentar sugerencias del tipo de contenido que deben incluir.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la organización que se continúe actualizando el calendario editorial y de ser posible que se cree el contenido con un mes de anticipación para poder utilizar herramientas de planificación y publicación en redes, como Sprout Social, Buffer o Later para calendarizar automáticamente las publicaciones y así poder realizar decisiones estratégicas en base al análisis de datos, comportamiento de la audiencia y tendencias que se obtienen de los reportes que estas plataformas generan. Esto optimizara el monitoreo de las redes y mejorara la productividad del equipo.
- Con respecto a las otras actividades y asignaciones que se realizan de comunicación y diseño gráfico, se recomienda que se cree una matriz compartida entre todo el equipo de Honduras, esta debe estar ubicada en una nube, para que sea accesible a todos. Debido a que el departamento de Comunicaciones y Recaudación de Fondos tiene recursos humanos limitados, la matriz permitirá administrar y controlar la carga laboral, manteniendo una organización que contribuirá a una mejor gestión del tiempo, mejorando la eficacia y eficiencia del equipo.

- A los futuros alumnos que realizan su práctica profesional, se les recomienda realizarla en una empresa del tercer sector, organizaciones/fundaciones sin fines de lucro con iniciativas sociales. Tener la experiencia de trabajar en este rubro, además de que se aprende bastante sobre estos problemas sociales, se aprende a aplicar todos los conocimientos de comunicación, publicidad y diseño que usualmente asociamos a un fin comercial y se empieza a crear estrategias sociales, las cuales tienen un proceso distinto y que no se aborda durante la carrera, pero es un ámbito muy interesante que tiene un área de estudio bien amplia.

BIOBLOGRAFÍA

WATER FOR PEOPLE. (2019). THIS IS WHAT WE STAND FOR. Water For People.

<https://www.waterforpeople.org/mission-and-history/>

Nonprofit Tech for Good. (2020). GLOBAL TRENDS IN GIVING REPORT. Nonprofit Tech for Good. <https://assets-global.website>

[files.com/5da60733afec9db1fb998273/5f5f8fedbd440fd3e98de74c_2020-Giving-Report-English.pdf](https://assets-global.website/files.com/5da60733afec9db1fb998273/5f5f8fedbd440fd3e98de74c_2020-Giving-Report-English.pdf)

L. D. G. Mónica González Mothelet. (s.f.). Metodología del Diseño. Universidad de Londres. <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Metodologia%20del%20Diseño.pdf>

GLOSARIO

Arquitectura web: la disciplina que engloba la organización de los contenidos e información de una web, incluyendo la jerarquía entre sus elementos y las relaciones entre los mismos.

Conversión: la acción que se espera que haga el visitante en su sitio web. Por ejemplo, puede ser la compra de un producto o la compra de un servicio.

Hero image: es una imagen de banner web grande, colocada de manera prominente en una página web, generalmente en la parte delantera y central.

Holístico: Del todo o que considera algo como un todo.

Homepage: La página de inicio o portada es el URL o archivo local que carga cuando se inicia un navegador web, aunque este término o similares pueden referirse a la página principal, de un sitio web, desde la cual se puede acceder a sus demás páginas.

Prototipo: Primer ejemplar que se fabrica de una figura, un invento u otra cosa, y que sirve de modelo para fabricar otras iguales, o molde original con el que se fabrica.

Saneamiento: Es el suministro de instalaciones y servicios que permiten eliminar sin riesgo la orina y las heces.

Sitemap: Un mapa del sitio es una lista de páginas de un sitio web dentro de un dominio.

Wireframe: Es un esquema de página o plano de pantalla, una guía visual que representa el esqueleto de un sitio web.

ANEXOS

Anexo 1. Piezas publicadas en Facebook

Water For People - Honduras
5 de febrero · 🌐

Nos estamos acercando al Día Mundial del Agua 🌊 (22 de Marzo) sin embargo, aún 2,200 millones de personas alrededor del mundo 🌍 no tienen acceso a agua potable. 🚰

El agua es vida y lastimosamente es un lujo para muchos.

¿Sabías que el agua condiciona la salud, la educación y la economía laboral? ¿El agua 🌊 es un derecho, NO un privilegio!

Por eso, como organización, trabajamos arduamente con gobiernos locales, socios y sociedad civil para asegurar que todos tengan agua limpia y segura. 🌊



Water For People - Honduras
15 de marzo · 🌐

😊 Hoy queremos recordarte sobre la importancia de lavarte las manos con agua 🌊 y jabón 🧼. Especialmente en contexto de pandemia; sin embargo, lavarte las manos no sólo te protegerá del Covid-19, sino también de enfermedades gastrointestinales 🤢 y respiratorias. 🤧

¡Así que todos a lavarnos las manos! Comparte este mensaje y cuéntanos porqué es importante lavarse las manos. 🙌🙌

[#ValoroElAgua](#)



Water For People - Honduras
1 de marzo · 🌐

🎉 Iniciamos el mes diciendo ¡GRACIAS! 🙌

Gracias a cada donante que ha hecho posible todo nuestro trabajo 🙏. A pesar de todo lo que hemos vivido en el último año, seguimos llenos de esperanza para continuar trabajando en asegurar el acceso a agua 🌊 de calidad y en cantidad en nuestros municipios.



Reproducir
0:03 / 2:16
A veces la palabra "Gracias"

Tú, Daniel Pineda Mayr y 84 personas más
21 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Water For People - Honduras
23 de febrero · 🌐

Con [#ValoroElAgua](#) queremos dar a conocer el trabajo que realizamos en conjunto con autoridades municipales, juntas de agua, unidades técnicas y sociedad civil.

Aquí mostramos la limpieza y desinfección de pozo ubicado en Batán (El Negrito, Yoro) luego de ser afectado por las tormentas tropicales Eta e Iota. ¿Qué te parece?

[#Comparte](#)



Gracias a esto se puede retirar los residuos que se encuentran en el agua

WATERFORPEOPLE.ORG
Programa de Rehabilitación y Reconstrucción de los Sistemas de Agua: Batán. Más información

Tú, Daniel Pineda Mayr y 8 personas más
7 veces compartido

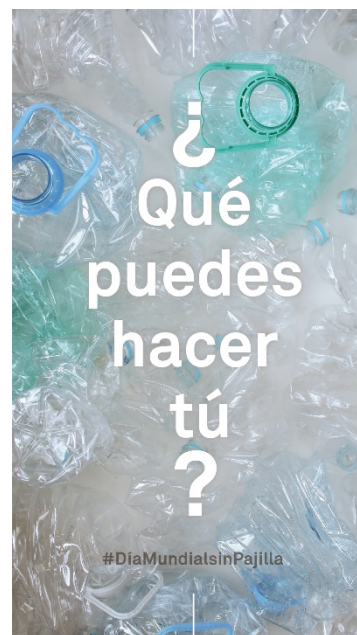
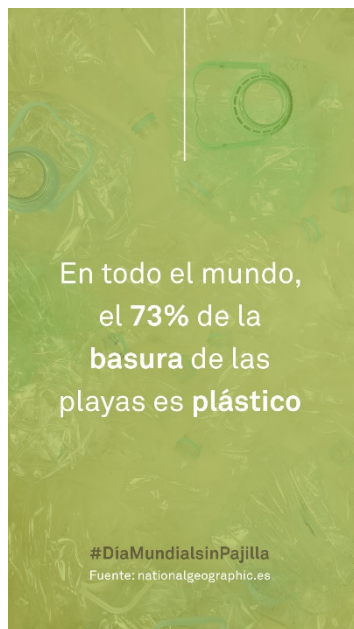
Anexo 2. Piezas audiovisuales publicadas en Facebook

<https://fb.watch/5k-WicoMmN/>

<https://fb.watch/5k-Zs J7Jg/>

<https://fb.watch/5k-Y1kfQCS/>

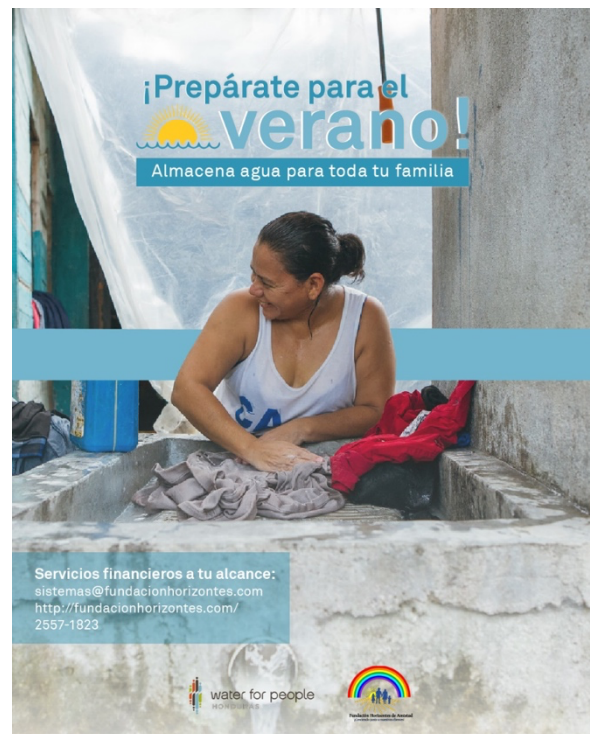
Anexo 3. Piezas de la campaña “Valoro el agua”.



Anexo 4 . Piezas para el día mundial del agua.



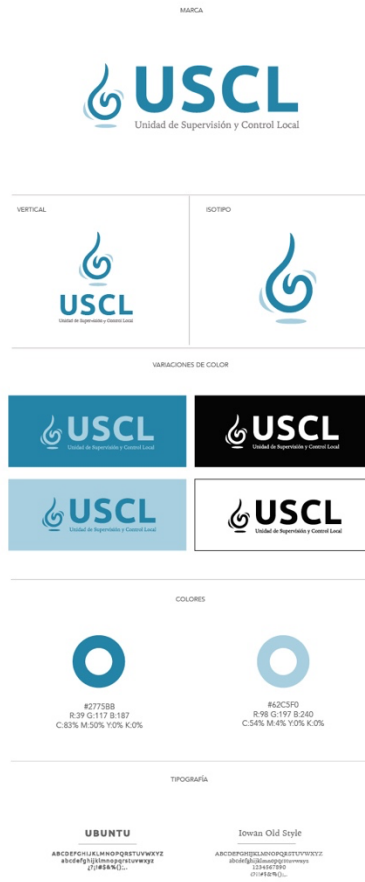
Anexo 5. Artes para Fundación Horizontes de Amistad



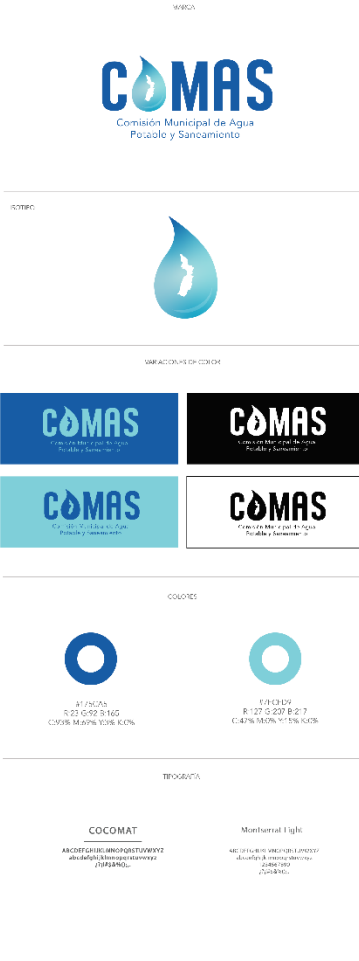
Anexo 6. Marca y piezas del concurso “El desafío de la caca”.



Anexo 7. Creación de marca para USCL.



Anexo 8. Creación de marca para COMAS.



Anexo 9. Páginas para Sitio Web.



Water For People fue construida por voluntarios y todavía dependemos en gran medida del apoyo de de ellos. Los voluntarios realizan actividades de divulgación en sus comunidades, recaudan fondos y brindan asistencia técnica para Water For People. Como voluntario, tendrás la oportunidad de aprender más sobre nuestro trabajo.

Siempre estamos buscando nuevos voluntarios para ayudarnos a avanzar en nuestra misión.

Únete a un comité

Más de 50 comités locales en los Estados Unidos y Canadá apoyan el trabajo de Water For People a través del alcance comunitario, la promoción y la recaudación de fondos. El voluntariado en su comité local proporciona un espacio para trabajar junto con personas de ideas afines para ayudar a poner fin a la crisis mundial del agua.

Regístrate en el World Water Corps

El World Water Corps está formado por voluntarios técnicos de Water For People. Si eres un profesional del agua o el saneamiento, podemos utilizar tu experiencia para ayudar a nuestros equipos de todo el mundo a resolver desafíos técnicos en el camino para llegar a Everyone Forever.

Reconocimiento a voluntarios

PREMIO DE FUNDADORES KENNETH J. MILLER POR SERVICIO DE VOLUNTARIO DESTACADO

El premio Kenneth J. Miller Founders' Award fue establecido en 2001 por la Junta Directiva de Water For People para honrar a los voluntarios sobresalientes por su servicio y liderazgo en el avance de la misión de Water For People. El premio Miller se otorga anualmente a voluntarios extraordinarios seleccionados por los comités de Water For People y los socios de Workplace Giving.

- SALUD
+
- SOSTENIBILIDAD
+

TRABAJEMOS JUNTOS PARA LOGRAR UN IMPACTO POSITIVO EN EL MUNDO.

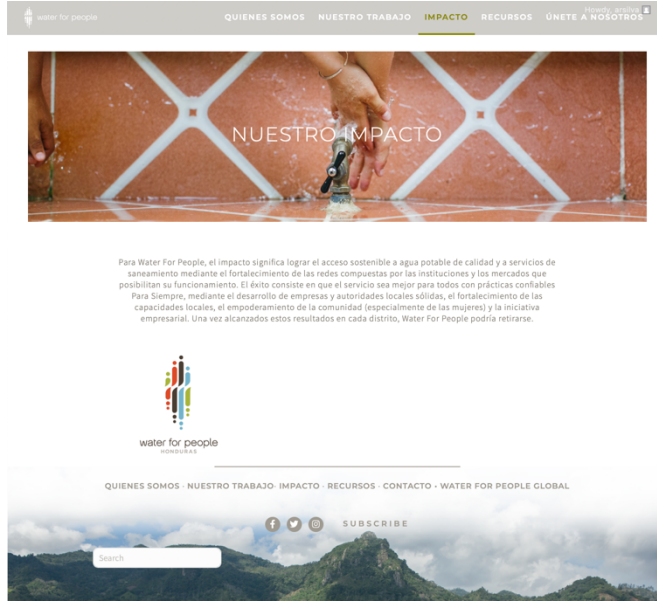
A continuación, presentamos algunas formas en las que tu empresa puede asociarse con Water For People.



ELIZABETH FRANCO

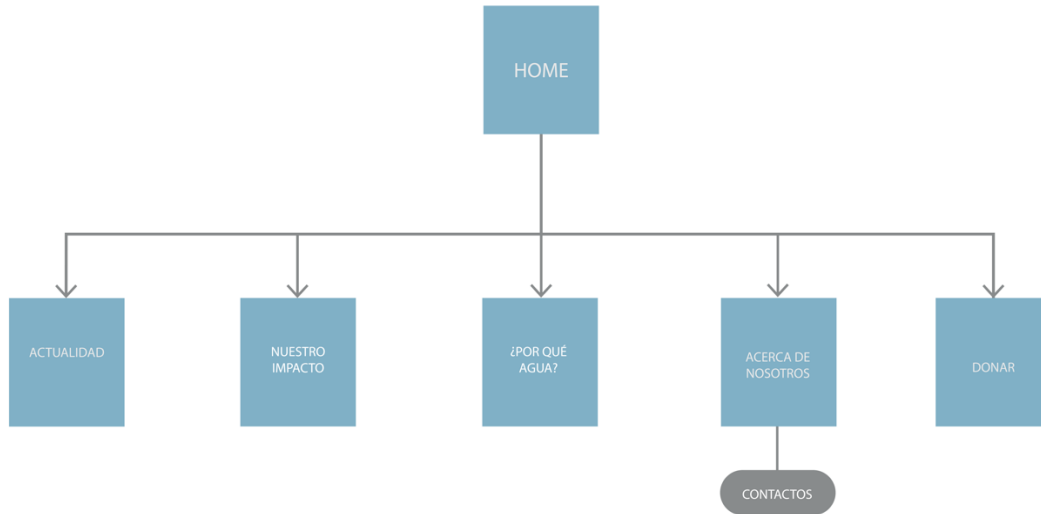
Asistente Administrativa y Contable

Anexo 10: Diseño anterior del sitio web

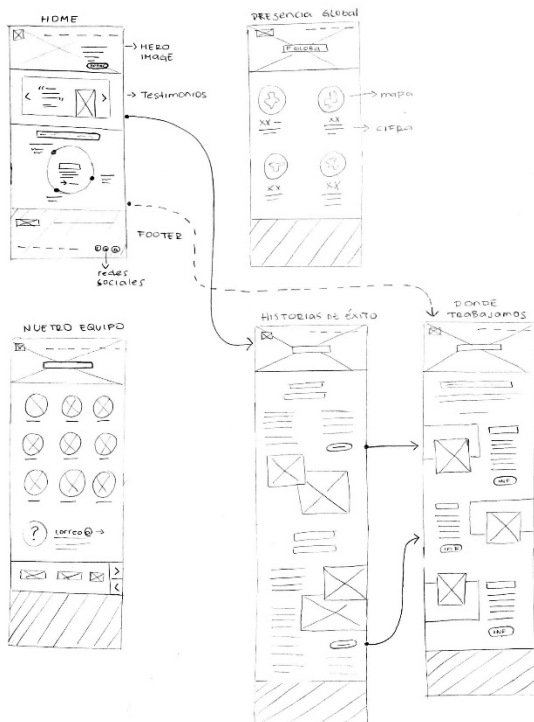


Anexo 11: Sitemap y Wireframes.

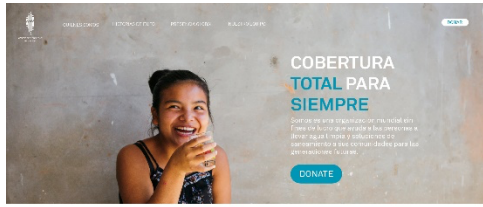
SITEMAP



WIREFRAMES

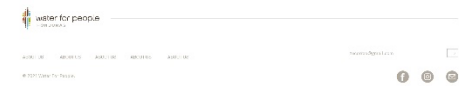


Anexo 12: Propuesta inicial línea gráfica.



Mis hijos perdían mucho tiempo caminando en busca de agua en lugar de concentrarse en sus tareas escolares.

Lourdes Alvarado
San Antonio Cortés



Elizabeth Franco
Asesora Ejecutiva, Cortés



Azucena Serrano
Asesora Ejecutiva, Cortés



Carlos Lobo
Asesor Técnico



Harold Nuñez
Ejecutivo de Operaciones, Escobedo



Julieta Castro
Ejecutiva de Operaciones, Escobedo



Tupao Mejía
Ejecutivo de Operaciones



tucomiso@gmail.com

Suscríbete para recibir un correo cuando tengamos vacantes disponibles.

