



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PRÁCTICA PROFESIONAL

GOAL INTERNACIONAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

21721030 ROBERTO ENRIQUE ALVARADO LICONA

ASESOR: LIC. GREACY PINEDA

CAMPUS SAN PEDRO SULA;

JULIO 2021

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo quiero dedicárselo a mi madre, Karen Melany Licona Rivera, ya que siempre ha creído en mí y me ha guiado, brindándome los más acertados consejos para afrontar los momentos difíciles. Por apreciar mi talento siempre y alentarme a seguir trabajando en lo que me gusta, y, porque desde el principio ha creído en que lograría todo lo que me propondría, por enseñarme que: "lo bueno lleva tiempo y que siempre vienen cosas mejores".

A mi padre, Roberto Enrique Alvarado Mejía, por enseñarme a persistir y por haber confiado que lograría hacerlo sentir orgulloso.

A mis hermanos: Rafael Enrique Alvarado Licona y Karen Melany Alvarado Licona, por siempre hacerme pasar buenos momentos y apoyarme en todas las decisiones que he tomado.

RESUMEN EJECUTIVO

En la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) tiene como requisito la realización de práctica profesional, en donde se proporciona libre selección para el lugar donde se desea realizar la práctica, aplicando conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico.

Durante un periodo de 10 semanas se realizarán diferentes actividades para la empresa escogida por el practicante en un ambiente profesional preparándose para el mundo laboral, sometiendo al practicante a lograr un trabajo técnico con los estudios a lo largo de los años de universidad.

La empresa escogida es GOAL Internacional, siendo una ONG apoyando a diversos países alrededor del mundo con pocos recursos. La práctica se realizó en el área de comunicación donde se realizaron materiales gráficos junto con materiales audiovisuales para la propagación de información sobre las actividades que se realizan en la empresa, así como lograr un aumento en todos los conocimientos adquiridos como la obtención de nuevas habilidades.

En el siguiente informe se detallarán las actividades realizadas en el plazo de la práctica, así como habilidades aplicadas en esta aplicada, consecuentemente se detallan debilidades y soluciones percibidas en la empresa durante el periodo de práctica.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	10
II.	OBJETIVOS	11
2.1.	OBJETIVO GENERAL	11
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
III.	MARCO CONTEXTUAL	12
3.1.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	12
3.1.1.	<i>GOAL Internacional.....</i>	<i>12</i>
3.1.2.	<i>Misión.....</i>	<i>12</i>
3.1.3.	<i>Visión</i>	<i>12</i>
3.1.4.	<i>Ubicación</i>	<i>13</i>
3.1.5.	<i>Servicios que Ofrece.....</i>	<i>13</i>
3.1.6.	<i>Organigrama</i>	<i>14</i>
3.2.	DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO	14
3.3.	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	15
3.3.1.	<i>Enunciado del problema</i>	<i>16</i>
3.3.2.	<i>Carencia en las redes sociales.....</i>	<i>16</i>
3.3.3.	<i>Ausencia de señalética.</i>	<i>17</i>
3.3.4.	<i>Falta de pagina web</i>	<i>17</i>
3.3.5.	<i>Justificación</i>	<i>17</i>
IV.	MARCO TEÓRICO	19
4.1.	EDICIÓN DE VIDEOS.....	19
4.1.1.	<i>Ediciones para GOAL.....</i>	<i>21</i>
4.2.	COMUNICACIÓN INTERNA	21
4.2.1.	<i>Comunicación interna descendente.....</i>	<i>22</i>
4.2.2.	<i>Comunicación interna de GOAL.....</i>	<i>22</i>
4.3.	COMUNICACIÓN EXTERNA	22
4.4.	SEÑALES	26
4.4.1.	<i>Señalética</i>	<i>26</i>
4.4.2.	<i>Señalética para empresas.....</i>	<i>29</i>
4.4.3.	<i>Señalética en Honduras</i>	<i>31</i>
4.5.	INFOGRAFÍAS	36
4.5.1.	<i>Infografías en Honduras</i>	<i>39</i>

4.6.	LOGOTIPOS	42
V.	METODOLOGÍA.....	46
5.1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	46
5.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN	47
5.3.	CRONOLOGÍA DE TRABAJO.....	48
VI.	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO.....	58
6.1.	ACTIVIDAD 01: TRADUCCIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO DE NEGOCIOS RESILENTE.....	58
6.2.	ACTIVIDAD 02: EDICIÓN NUEVO PLAN DE CONTENCIÓN DE RIESGOS PARA LA COLONIA VILLANUEVA	59
6.3.	ACTIVIDAD 03: EDICIÓN DE VIDEO DE CAPACITACIÓN CODEL	60
6.4.	ACTIVIDAD 04: ARTES PUBLICITARIOS CONTRA LA MALA PRÁCTICA	61
6.5.	ACTIVIDAD 05: CAMPAÑA SOBRE COMO TWITTEAR	66
6.6.	ACTIVIDAD 06: THE SALMON OF KNOWLEDGE	68
6.7.	ACTIVIDAD 07: INFOGRAFÍA BLUE ECONOMY	71
6.8.	ACTIVIDAD 08: EDICIÓN DE VIDEO CAPACITACIÓN DE ESCUELA DE LIDERAZGO.	73
6.9.	ACTIVIDAD 09: INFOGRAFÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE AGRICULTURA	74
6.10.	ACTIVIDAD 10: CREACIÓN DE LOGOTIPO.....	75
6.11.	ACTIVIDAD 11: TRADUCCIÓN DE INFOGRAFÍA SOBRE EL DÍA DE LA HIGIENE MENSTRUAL.	77
6.12.	ACTIVIDAD 12: INFOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN.....	80
6.13.	ACTIVIDAD 13: INFOGRAFÍA SOBRE PAQUETES DE AYUDA.	81
6.14.	ACTIVIDAD 14: INFOGRAFÍA SOBRE DATOS DE LAS ACTIVIDADES DE GOAL.....	82
6.15.	ACTIVIDAD 15: POST PARA REDES SOCIALES SOBRE DATOS DE COVID-19	83
VII.	PROPUESTAS DE MEJORA	85
7.1.	PUBLICACIONES PARA REDES SOCIALES.....	85
7.1.1.	<i>Creación de contenido para las redes sociales</i>	<i>86</i>
7.1.2.	<i>Costos de trabajo.....</i>	<i>88</i>
7.1.3.	<i>Costo-beneficio</i>	<i>89</i>
7.2.	MANUAL DE SEÑALÉTICA	90
7.2.1.	<i>Costo de trabajo</i>	<i>91</i>
7.2.2.	<i>Costo-Beneficio.....</i>	<i>92</i>
7.2.3.	<i>Inversión</i>	<i>93</i>
7.3.	PLANTILLA PARA PÁGINA WEB.....	94
7.3.1.	<i>Costo de trabajo</i>	<i>95</i>
7.3.2.	<i>Costo-Beneficio.....</i>	<i>95</i>
VIII.	CONCLUSIONES.....	97
IX.	RECOMENDACIONES.....	98

9.1.	RECOMENDACIONES A GOAL INTERNACIONAL.....	98
9.2.	RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD.....	98
9.3.	RECOMENDACIONES PARA EL ALUMNO.....	98
X.	CONOCIMIENTOS APLICADOS	99
XI.	VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA	100
XII.	BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS.....		104

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. UBICACIÓN GOAL INTERNACIONAL.....	13
ILUSTRACIÓN 2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	14
ILUSTRACIÓN 3. RED SOCIAL DE GOAL.....	16
ILUSTRACIÓN 4. PUBLICACIÓN DE GOAL.....	16
ILUSTRACIÓN 5. CONSOLA DE EDICIÓN DE LOS AÑOS 70.	19
ILUSTRACIÓN 6. PROGRAMA CON VIDEO, IMÁGENES Y AUDIOS.....	20
ILUSTRACIÓN 7. EJEMPLO DE REUNIÓN COMO COMUNICACIÓN INTERNA.	21
ILUSTRACIÓN 8. COMO FUNCIONA LA COMUNICACIÓN EXTERNA.	23
ILUSTRACIÓN 9. EJEMPLO DE BOLETINES DIGITALES.....	25
ILUSTRACIÓN 10. SEÑAL CELTA 1,200 BCE.....	27
ILUSTRACIÓN 11. EJEMPLO DE IMPORTANCIA DE LOS PUNTOS ANTERIORES.....	28
ILUSTRACIÓN 12. EJEMPLO DE SEÑALÉTICA CORPORATIVA.	29
ILUSTRACIÓN 13. EJEMPLO DE SEÑALÉTICA ORNAMENTAL.	31
ILUSTRACIÓN 14. EJEMPLO DE PROPUESTA DE SEÑALÉTICA.	32
ILUSTRACIÓN 15. EJEMPLO DE LA SEÑALÉTICA DE 911.....	33
ILUSTRACIÓN 16. INSTALACIÓN DE LA SEÑALÉTICA DE 911.....	34
ILUSTRACIÓN 17. MUESTRA DE SEÑALES EN EL CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA.	35
ILUSTRACIÓN 18. EJEMPLO DE INFOGRAFÍA CREATIVA.	36
ILUSTRACIÓN 19. EJEMPLO DE INFOGRAFÍA INFORMATIVA.....	38
ILUSTRACIÓN 20. INFOGRAFÍA SOBRE FEMICIDIOS DE UNAH.....	40
ILUSTRACIÓN 21. INFOGRAFÍA DE PROYECTO GUÍA DE AHORRO ENERGÉTICO PARA EL HOGAR.	41
ILUSTRACIÓN 22. EL LOGOTIPO DE COCA-COLA AL PASAR DEL TIEMPO.	43
ILUSTRACIÓN 23. EJEMPLO DE LOGOTIPO.	44
ILUSTRACIÓN 24. EJEMPLO DE IMAGOTIPO.	44
ILUSTRACIÓN 25. EJEMPLO DE ISOTIPO.	45
ILUSTRACIÓN 26. EJEMPLO DE ISOLOGO.	45
ILUSTRACIÓN 27. MUESTRA DEL TEXTO TRADUCIDO JUNTO CON EL TEXTO ADICIONAL	58

ILUSTRACIÓN 28. ARCHIVOS COMPARTIDOS PARA EDICIÓN DE LA ACTIVIDAD.....	60
ILUSTRACIÓN 29. MUESTRA DE LA EDICIÓN DEL VIDEO	61
ILUSTRACIÓN 30. ARTE DE CAMPAÑA DE MECANISMOS DE DENUNCIA DE MALAS PRÁCTICAS.....	62
ILUSTRACIÓN 31. PROPUESTA 1 DE ARTE INFORMATIVO.....	63
ILUSTRACIÓN 32. PROPUESTA 2 DE ARTE INFORMATIVO.....	64
ILUSTRACIÓN 33. PROPUESTA 3 DE ARTE INFORMATIVO.....	65
ILUSTRACIÓN 34. INFOGRAFÍA SOBRE COMO CREAR UN TWEET.....	66
ILUSTRACIÓN 35. PROPUESTA SOBRE LA CAMPAÑA.....	67
ILUSTRACIÓN 36. PRIMERO BOCETO DE THE SALMON OF KNOWLEDGE.....	68
ILUSTRACIÓN 37. PROPUESTA 1 THE SALMON OF KNOWLEDGE	69
ILUSTRACIÓN 38. PROPUESTA 2 THE SALMON OF KNOWLEDGE	70
ILUSTRACIÓN 39. PROPUESTA MEJORADA DE THE SALMON OF KNOWLEDGE	71
ILUSTRACIÓN 40. BOCETO DE INFOGRAFÍA.....	72
ILUSTRACIÓN 41. INFOGRAFÍA BLUE ECONMY.....	73
ILUSTRACIÓN 42. PROPUESTA DE LOWER THIRD.	73
ILUSTRACIÓN 43. INFOGRAFÍA DE BUENAS PRÁCTICAS.....	74
ILUSTRACIÓN 44. PROPUESTA 1 PARA EL LOGOTIPO DE ANNER.	75
ILUSTRACIÓN 45. PROPUESTA 2 PARA EL LOGOTIPO DE ANNER.	76
ILUSTRACIÓN 46. PROPUESTA 3 PARA EL LOGOTIPO DE ANNER.	76
ILUSTRACIÓN 47. PROPUESTA 4 PARA EL LOGOTIPO DE ANNER.	77
ILUSTRACIÓN 48. TEXTO EN ESPAÑOL PARA LA INFOGRAFÍA.....	78
ILUSTRACIÓN 49. ARTE FINAL SOBRE EL DÍA DE LA HIGIENE MENSTRUAL.	79
ILUSTRACIÓN 50. INFOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN.....	80
ILUSTRACIÓN 51. AVANCE SOBRE LOS KITS DE HIGIENE.....	81
ILUSTRACIÓN 51. AVANCE SOBRE LOS KITS DE HIGIENE.....	82
ILUSTRACIÓN 52. PUBLICACIÓN PARA RED SOCIAL SOBRE DATOS DE COVID-19	83
ILUSTRACIÓN 53. PUBLICACIÓN PARA RED SOCIAL SOBRE ACTIVIDADES.	84
ILUSTRACIÓN 54. EJEMPLO DE UNA RED SOCIAL ACTIVA.	86
ILUSTRACIÓN 55. PRIMERA PROPUESTA DE PUBLICACIONES PARA REDES SOCIALES.	87

ILUSTRACIÓN 56. EJEMPLO PARA EMPRESAS.....	90
ILUSTRACIÓN 57. EJEMPLO DE PLANTILLA PARA PÁGINA WEB.	94

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 01.....	48
TABLA 2: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 02.....	49
TABLA 3: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 03.....	50
TABLA 4: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 04.....	51
TABLA 5: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 05.....	52
TABLA 6: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 06.....	53
TABLA 7: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 07.....	54
TABLA 8: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 08.....	55
TABLA 9: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 09.....	56
TABLA 10: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 10.....	57
TABLA 11. COTIZACIÓN DE PUBLICACIONES PARA REDES SOCIALES.....	88
TABLA 12. COTIZACIÓN DE PUBLICACIONES PARA REDES SOCIALES.....	89
TABLA 13. COTIZACIÓN PARA MANUAL DE SEÑALÉTICA.	91
TABLA 14. COSTO-BENEFICIO PARA EL MANUAL DE SEÑALÉTICA.	92
TABLA 15. INVERSIÓN PARA MANUAL DE SEÑALÉTICA.	93
TABLA 16. COSTO-BENEFICIO PARA EL MANUAL DE SEÑALÉTICA.	95

GLOSARIO

Adobe: Empresa dedicada a la creación y distribución de programas de pertinentes para el Diseño Gráfico.

Adobe After Effects: Programa de la suite adobe para la edición de video y animación básica de vectores.

Adobe Illustrator: Programa perteneciente a la suite adobe para la elaboración de vectores y diversos gráficos.

Adobe Photoshop: Programa perteneciente a la suite adobe para la edición de fotografías

Audiovisual: Composición que junta los videos o fotografías con audio.

Adobe Premier: Programa de la suite adobe para la edición de video.

Branding: Proveniente del idioma ingles hace referencia sobre la creación de una marca.

Boceto: Material gráfico que funciona como guía para la realización del producto final.

COVID-19: Es un virus que se debe al SARS-CoV2 que causa una infección aguda con síntomas respiratorios.

Cliente meta: Clientes a los que la empresa desea vender su producto y los principales consumidores de este.

Copy: Es la parte textual de cualquier post, publicidad, videos. Etc.

Call center: Centro donde los clientes podrán llamar y consultar sobre una empresa.

Corrección de color: Cuando una imagen o video se ve opaca se usan programas externos para poder resaltar los colores y se mire mucho más interesante.

Diseño Gráfico: Profesión de resolver problemas comunicativos de empresa con la creación de material visual.

Diseñador Gráfico: Persona que ejerce la carrera de Diseño Gráfico.

Infografía: Colección de imágenes, gráficos y texto que informa sobre alguna información en concreto.

Isotipo: Cuando una marca puede ser reconocida sin el texto y no lo necesita.

Imagotipo: Representación de marca que combina texto y gráfico.

Isologo: Cuando el texto y el gráfico funciona de manera conjunta y no se separan.

Edición de video: Técnica de colocación de videos, fotografías y audio para crear una composición audiovisual.

Google Maps: Mapa virtual del mundo proporcionada por la empresa Google

Tipografía: Familias de letras con estilos únicos que logran la creación y punto principal de artes.

Twitter: Red social que principalmente funciona como post de texto e imágenes, muy informativa.

Tweet: Así se denomina al post realizado.

Huracán Mitch: Ciclón tropical que paso a diversos países de centro América.

Materiales gráficos: Cualquier tipo de información que contenga algún tipo de imagen o vector.

Manual de señalética: Documento donde se encuentra el uso correcto de la señalética, así como medidas, colores, pictogramas.

Logotipo: Cuando una marca tiene únicamente presentación tipografía.

Plantillas: Pieza gráfica con uso para documento, en donde se repite en cada pagina o ventana.

Señalética: Forma de comunicar a base de símbolos o pictogramas.

USAID: Institución estadounidense que se encarga de distribuir ayudas no militares a varias partes del mundo.

Vector: Conjunto de puntos que logra la realización de imágenes e íconos.

Vectorizar: La acción de crear un vector.

Zoom: Plataforma para realización de llamadas en vivo.

I. INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico es una carrera que engloba muchas técnicas de comunicación visual, los trabajos que se suelen realizar son para lograr satisfacer las necesidades comunicativas de empresas.

Los trabajos que giran en torno al Diseño Gráfico suelen ser complejos y se deben abordar de una manera creativa, diferente a lo acostumbrado para que pueda llamar la atención de a quien va dirigido.

La persona que labura entorno a esta carrera se llama Diseñador Gráfico, su trabajo principalmente es resolver problemas comunicativos de manera creativa, ciertos de los valores que el Diseñador Gráfico debe tomar en cuenta suele ser el color, la tipografía, los gráficos, la composición y demás técnicas que logren hacer una pieza interesante y sea funcional.

La carrera de UNITEC de Diseño Gráfico ofrece una amplia cantidad de clases que enseñan todas las ramas y lograr impregnar del conocimiento necesario cada estudiante, preparándolo para el mundo laboral. Como en toda carrera se debe realizar la práctica profesional previo a la obtención del título para poner a prueba el conocimiento adquirido por el estudiante y demostrar que esta listo para destacar en el mundo laboral.

En el presente informe se detallan las actividades que durante la práctica profesional se realizaron en GOAL Internacional, dentro de las cuales se destacan las diferentes técnicas, y propuestas de mejora sugeridas por el practicante basadas en el conocimiento del área o departamento de trabajo y las competencias profesionales desarrolladas por el practicante.

II. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Extrapolar técnicas y conocimientos adquiridos en los años de la carrera de Diseño Gráfico a través de la elaboración de diversos materiales gráficos y audiovisuales, en un ambiente laboral como el de GOAL Internacional que permite perfeccionar habilidades y competencias profesionales.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Producir materiales gráficos como audiovisuales de los diversos proyectos que la empresa lleva a cabo para lograr informar sobre estos mismos durante este periodo de práctica.
- Desarrollar habilidades de trabajo en y con el departamento de comunicación en el tiempo establecido para la práctica profesional.
- Plantear propuestas de mejora para el departamento de comunicación de GOAL Internacional – Honduras durante el tiempo establecido para la práctica profesional.

III. MARCO CONTEXTUAL

3.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

3.1.1. GOAL INTERNACIONAL.

GOAL fue fundada en 1977 por el periodista deportivo John O'Shea. Después de ver la situación que algunos niños se encontraban en India, él y 4 amigos decidieron fundar GOAL, una organización que podría beneficiar a los países más pobres y vulnerables.

En 1998 GOAL inicio sus operaciones en Honduras por una llamada de emergencia ante el huracán Mitch. Con los siguientes años implemento programas para poder mejorar las zonas más afectadas en Honduras. Actualmente tienen diversos programas para lograr apoyar zonas afectadas por desastres.

La empresa es considerada una de las mayores, entorno a respuesta de desastres en Honduras, mejorando la calidad de vida en las zonas en donde están ubicadas. Con una respuesta inmediata, trabaja junto con el gobierno y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

3.1.2. MISIÓN

"Trabajamos para asegurar que los más pobres y vulnerables en el mundo, y aquellos afectados por crisis humanitarias, tengan acceso a los derechos fundamentales de vida, incluyendo, y no limitado a, vivienda apropiada, alimento, agua y saneamiento, servicio de salud y educación".

3.1.3. VISIÓN

"Visualizamos un mundo donde la pobreza y el hambre ya no existen; donde las comunidades están preparadas para impactos estacionales; donde las barreras estructurales y culturales para el crecimiento son eliminadas; donde cada mujer, hombre y niña tengan derechos iguales y acceso a recursos y oportunidades".

3.1.4. UBICACIÓN

GOAL Internacional esta ubicada en Col. Los Castaños, Paseo Virgilio Zelaya Rubí, casa 1901 en Tegucigalpa.

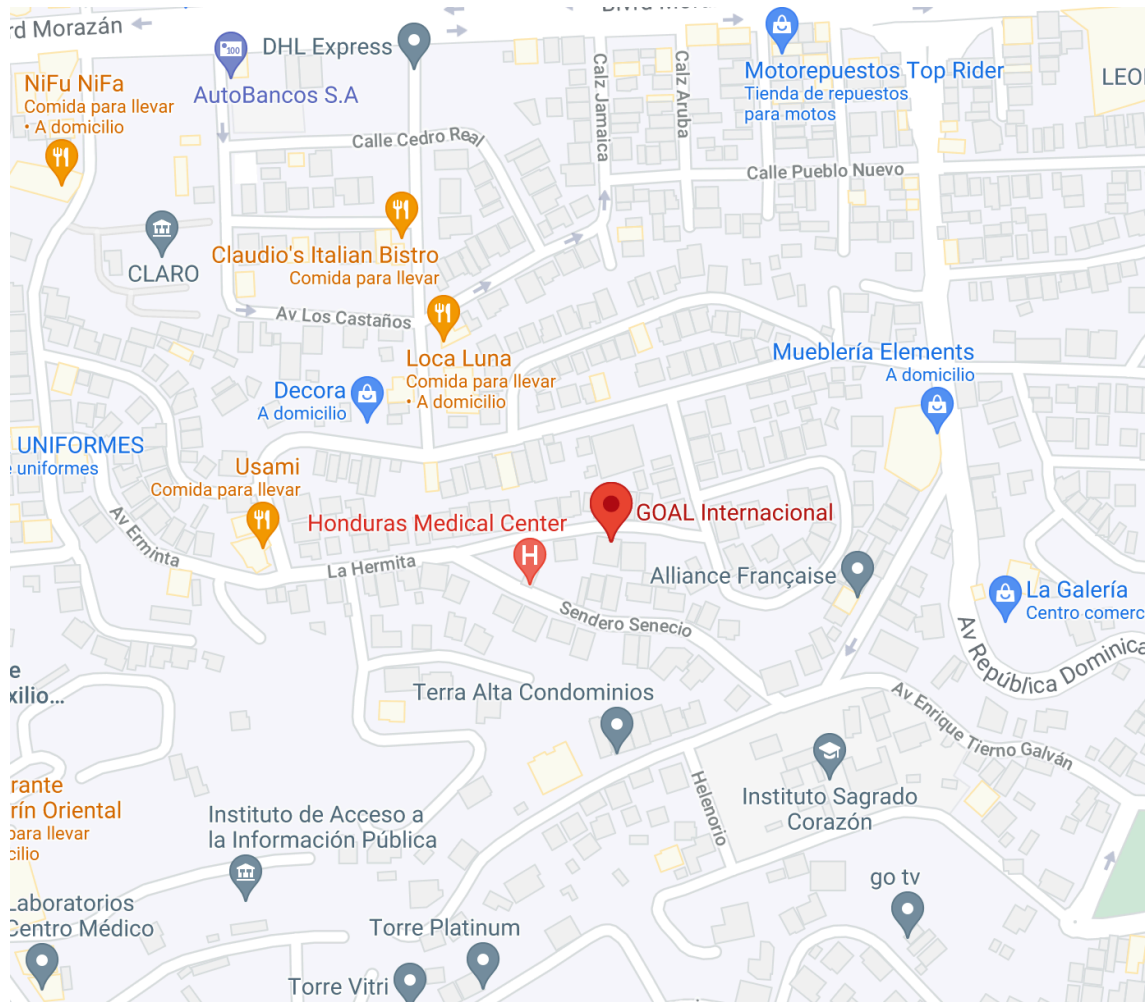


Ilustración 1. Ubicación GOAL Internacional.

Fuente: (Google Maps, 2021)

3.1.5. SERVICIOS QUE OFRECE

- Programas de desarrollo:
 - Barrio Resilente.
 - Sistemas de mercado justos, inclusivos y sostenibles.
- Servicios técnicos profesionales.
 - Resilience Innovation and Learning Hub

- Liderazgo Humanitario.

3.1.6. ORGANIGRAMA

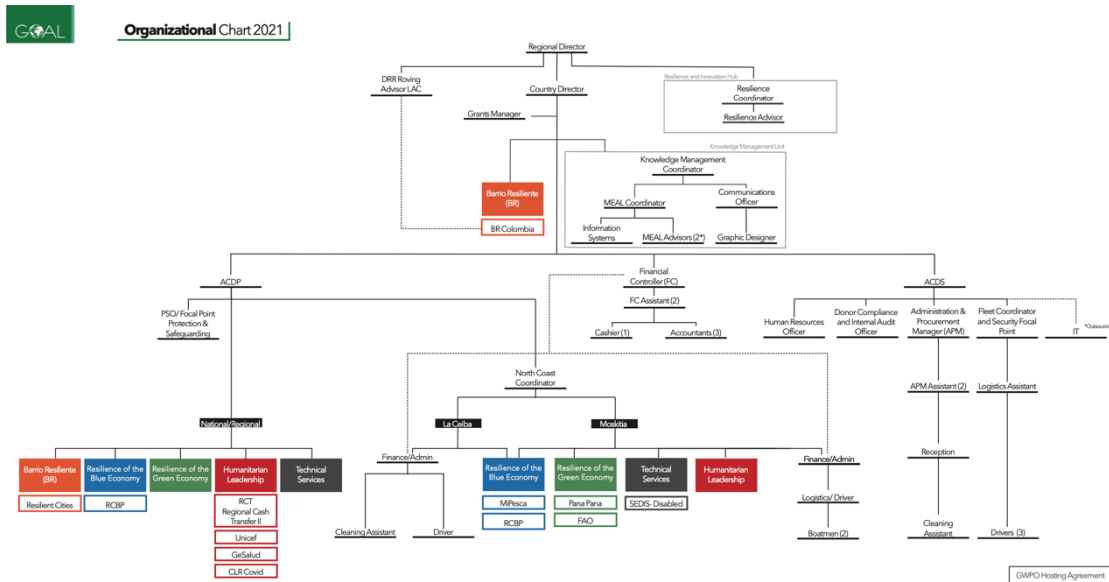


Ilustración 2. Organigrama de la empresa

Fuente: (GOAL Internacional, 2021)

3.2. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO

El puesto del practicante forma parte del departamento de comunicaciones, en el área de diseño gráfico. El área de comunicaciones esta conformada por Alejandra Martínez, Sahady Mencía y el practicante de la carrera de diseño gráfico Roberto Alvarado, se apoya a nivel nacional y a nivel internacional con la producción de material gráfico. En dicha área se encarga de la producción de material gráfico como audiovisual para diferentes proyectos de GOAL como pueden ser:

- Videos informativos: Donde se demuestran los proyectos realizados por GOAL junto con entrevistas de beneficiarios de estos proyectos.
- Artes informativos: Se realizan artes que pueda informar al publico, así como prepararlos para algún desastre natural o más reciente la pandemia COVID-19 que azoto Honduras.

- Apoyo técnico: GOAL Internacional presta sus servicios del departamento de comunicaciones para que otros países puedan recibir ayuda.
- Servicios fotográficos para documentación: Se debe tomar fotografías de ciertos eventos en Honduras y GOAL realiza dichas fotografías para documentar e informar.
- Consultorías: Se realizan talleres para enseñar todo lo técnico y otros países puedan realizar lo mismo.

3.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Las redes sociales forman una parte fundamental para la comunicación de cualquier empresa. En una era donde la mayor parte de la comunicación es digital, es fundamental lograr transmitir en un lenguaje claro y que cualifique con el público meta.

Las redes sociales funcionan no solo como información para la empresa si no también como una carta de presentación para futuros colaboradores y patrocinadores, se debe tener una red social bien actualizada y artes que logren conectar con el público objetivo.

La señalética para cualquier entidad pública o privada es un elemento indispensable, la principal función es para que todos los nuevos colaboradores o personas que visiten las oficinas puedan guiarse y orientarse para no perderse.

Sin duda alguna sabemos que las páginas web vinieron para quedarse y tener una que sea amistosa para el usuario es fundamental para cualquier empresa mediana o grande. GOAL si cuenta con un sitio web, el inconveniente es que GOAL Honduras no tienen ningún tipo de sitio digital para que los hondureños puedan ver e informarse sobre los diversos proyectos que GOAL tiene. Si bien la página de GOAL Internacional existe, esta únicamente en inglés lo cual puede ser un impedimento para nuevos colaboradores y voluntarios.



Ilustración 3. Red social de GOAL

Fuente: (Facebook, 2021)



Ilustración 4. Publicación de GOAL

Fuente: (Facebook, 2021)

3.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

3.3.2. CARENCIA EN LAS REDES SOCIALES

GOAL cuenta con la red social Facebook, no cuentan con una frecuencia de post fijos. Se realizan post de acuerdo con los calendarios de ciertas actividades de GOAL alrededor del mundo.

Puede interferir con la adquisición de información para colaboradores y practicantes con ciertas actividades y realizaciones de empresas. Cabe recalcar que el nombre en su red social Facebook esta bajo el nombre "Mi pesca" y no como "GOAL Honduras" lo cual puede generar problemas cuando se busque su red social.

3.3.3. AUSENCIA DE SEÑALÉTICA.

GOAL no cuenta con una señalética adecuada requerida para una entidad tan grande como lo es. Una señalética completamente personalizada puede hacer que los colaboradores se sientan mucho más identificados trabajando en GOAL y logra ser mucho más fácil de entender.

Si bien, los baños cuentan con señalética, las oficinas, la cafetería y diversos lugares más no tienen ningún tipo de señalética básica ni personalizada, eso generara confusiones y atrasos para los nuevos colaboradores y practicantes.

Si bien por temas de la pandemia causada por el COVID-19 no se esta trabajando de manera presencial, es necesario pensar en un futuro donde la modalidad hibrida sea la nueva forma de trabajo.

3.3.4. FALTA DE PAGINA WEB

Como se menciona GOAL Honduras no cuenta con una pagina web propia eso afectara de manera sustancial a la empresa ya que el tener un sitio digital que este en español y comunica de manera efectiva las actividades de GOAL y su propósito en el resto del mundo, lograra informar de manera positiva para que nuevos colaboradores, practicantes y beneficiarios logren comunicarse y obtener conocimiento sobre GOAL.

3.3.5. JUSTIFICACIÓN

Luego de analizar la red social de GOAL se concluye que le hace falta más actividad en estas mismas. Que la gente busque sus redes sociales y logre ver todos los proyectos e información necesaria para lograr ver que es GOAL.

Como se ha mencionado la señalética es muy necesaria para cualquier empresa, logra crear un mejor ambiente para los colaboradores y orienta a los nuevos colaboradores y

practicantes, la carencia de este puede generar confusiones para quienes visiten la empresa.

GOAL internacional tiene una pagina web lo suficiente moderna y amigable para cualquier usuario, el hecho que no tenga directamente una pagina de GOAL Honduras puede ocasionar problemática para cualquiera que no hable ingles o necesite informarse completamente de la empresa.

IV. MARCO TEÓRICO

4.1. EDICIÓN DE VIDEOS

La edición de videos tiene como finalidad la colocación de videos, fotografías, pistas de música o audios para crear una composición audiovisual, cabe recalcar que no debe contar con música ya que a inicios del cine no se contaba con suficiente tecnología para incluir sonidos.

La edición de videos nace alrededor de 1956, donde las únicas formas que existía para editar videos era cortar y pegar las cintas de película que se usaban en la época. Con los siguientes años se creará métodos un poco más efectivos para cortar y pegar las cintas y hacer una transición mucho más limpia, pero sin mucho éxito hasta que llegará las nuevas generaciones.

En los años posteriores se crearán las primeras ediciones completamente digitales en donde por las limitaciones no lograba editar más de 80 segundos de video digital, ese fue el principio de la edición digital. En el presente año 2021 existe tanta tecnología que cualquiera puede editar videos sin mucho equipamiento, solo se debe usar una computadora junto con un programa de edición de video para lograr crear la obra maestra que se quiere.



Ilustración 5. Consola de edición de los años 70.

Fuente: (Pixabay, 2021)

No podemos negarlo. Vivimos en una sociedad eminentemente audiovisual en la que las imágenes y los vídeos lo llenan todo: videoclips musicales, anuncios televisivos, series, reportajes periodísticos, documentales, cortometrajes, películas de toda clase... El sector audiovisual mueve un volumen de trabajo y de dinero creciente año tras año en el que la edición de vídeo resulta fundamental. (Gómez Patricia, no publicado).

La creación de videos consta principalmente de tres partes:

- La primera gira en torno a todo lo relacionado con el story board y la organización de idas para que se logre rodar en el menor tiempo posible y la visión del creador se pueda plasmar de manera eficiente.
- La segunda es sobre el rodaje, todo lo relacionado con la pura grabación de las escenas y cualquier cambio que se deba realizar en el momento
- Por ultimo se debe realizar la postproducción, mejorar los audios, corrección de color, gráficos y animaciones que hagan más interesante el producto final.

Un ejemplo de edición de video es la empresa Adobe con su programa "Adobe Premier". Esta cuenta con diversas herramientas para lograr una edición profesional, contando con herramientas de correcciones de colores, transiciones, opacidad y todas las demás herramientas necesarias para que se pueda editar de manera creativa.



Ilustración 6. Programa con video, imágenes y audios.

Fuente: (Pexels, 2021)

4.1.1. EDICIONES PARA GOAL

A través de una llamada de zoom, una colaboradora de GOAL afirmó "GOAL tiene muchos videos que están en espera, podrías editarlos" (A. Martínez, comunicación personal, 20 de abril del 2021). GOAL ha proporcionado diversos videos, fotografías y audios que se han realizados para la creación de una composición informativa sobre la actividad de barrio resiliente que consiste principalmente en un proyecto que ayuda a diversas comunidades con pocos recursos. Se incluyen entrevistas donde los beneficiarios comentan sobre las actividades y como les ha beneficiado.

4.2. COMUNICACIÓN INTERNA

En distintos ámbitos se habla de comunicación interna para referirse a los canales y mecanismos de información que existen dentro de una organización determinada, y cuyo destino es el mismo personal que trabaja en ella, en sus diversos departamentos o modalidades organizativas. En eso se distingue de la comunicación externa, que es aquella que va desde la organización hacia el mundo externo. (Raffino María, 2020)

La comunicación interna es indispensable para cualquier empresa, no se puede esperar un buen ambiente laboral sin una comunicación interna eficiente y creativa. Los colaboradores logran sentirse parte de la empresa e incluso logran generar un sentimiento de unidad con sus compañeros de trabajo.



Ilustración 7. Ejemplo de reunión como comunicación interna.

Fuente: (Pexels, 2021)

La comunicación interna tiene sus inicios en los años 70 principalmente en Estados Unidos y Europa, donde los recursos humanos forman parte indispensable de las empresas. Se considera la comunicación interna ya que como se mencionó anteriormente la funcionalidad de una empresa no se puede lograr sin esta, con los inicios de esta en donde principalmente eran carteles o boletines informativos fueron evolucionando hacia correos electrónicos con artes informativos, en el presente año se sigue usando los correos electrónicos con mucha más flexibilidad con otros medios de comunicación.

4.2.1. COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE

Uno de los beneficios de la comunicación interna descendente es que el liderazgo puede usarlo para evaluar el uso que hacen los empleados de la información que la compañía les brinda. Sin embargo, la comunicación ascendente también es necesaria para poder aportar ideas nuevas y para permitir a la gerencia obtener un feedback que enriquezca la toma de decisiones. (Anónimo,2018)

GOAL cuenta con este tipo de comunicación en donde se les transmite información gráfica a sus colaboradores por los altos cargos, un ejemplo es como se solicitó la comunicación de normas de cómo prevenir el contagio del COVID-19 que se envía de manera automática en cada correo de la empresa, demostrando la importancia de la comunicación interna y cómo el informar sobre todos los nuevos acontecimientos actuales.

4.2.2. COMUNICACIÓN INTERNA DE GOAL

GOAL internacional constantemente está creando arte e informaciones para su comunicación interna. El practicante ha podido apoyar en diversas de esas actividades con la creación de artes informativos para el personal.

4.3. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa tiene como principal objetivo que la empresa se comunique con su cliente meta, esto logra una mejor relación en gran medida con sus clientes,

proveedores o incluso con diferentes públicos ya que principalmente lo que se necesita es abarcar la mayor cantidad de público posible para que la empresa pueda tener muchas más ventas.



Ilustración 8. Como funciona la comunicación externa.

Fuente: (Agora News, 2021)

Según el grupo P&A existen 3 tipos de comunicación externa:

- Comunicación externa operativa: Se basa principalmente con el desarrollo diario de las actividades de la empresa, donde se produce diariamente con todos los públicos.
- Comunicación externa estratégica: El punto fuerte de este tipo de comunicación es el conocimiento y la ventaja estratégica de la empresa junto con diversos factores que logren hacer posicionarse más arriba.
- Comunicación externa de notoriedad: Tiene como principal punto el mejoramiento de la imagen y la información de la empresa hacia el público, como los perciben ya que es un punto sumamente importante para que se pueda confiar en la empresa y el mejoramiento de la imagen pública.

Al hablar de los diversos tipos de comunicación externa y el principal propósito como tal de la comunicación externa se debe conocer los mejores canales para poder transmitir

la información y los mensajes, eso provocara que la comunicación sea mucho más eficiente.

Según el grupo P&A los tipos de canales más importantes que toda empresa debe tener:

- Notas de prensa o comunicados: Las notas de prensa son fundamentales ya que se comunica directamente con medios de comunicación masivos para que pueda informar sobre diversas actividades o novedades de la empresa, mientras que los comunicados son parecidos a las notas de prensa cumple más la función de informar sobre acontecimientos importantes, como podría ser sobre despidos, accidentes laborales o acusaciones.
- Publicidad: La publicidad es probable la forma de comunicación más conocida, si bien varias empresas se quedan con los medios tradicionales se debe extender a los medios digitales para tener un mayor alcance con los jóvenes y poder tener mejor reconocimiento.
- Web corporativo: Un indispensable para cualquier tipo de empresa, funciona principalmente para la obtención de información, así como para transmitir los valores, lo que esperan lograr e incluso la solicitud de productos o servicios.
- Blog: Recientemente se incorporan los Blogs, siendo una alternativa a redes sociales con mucho transito se convierten en una opción con un valor añadido ya que las publicaciones son de mayor interés para el publico objetivo.
- Redes sociales: Las redes sociales con mayor trafico logran el alcanza miento de un publico sumamente amplio, tanto publico general como especializados, presentando nuevas oportunidades para expandirse y abarcar mayor mercado.
- Boletines digitales: Esta principalmente orientada a al público más interesado en la empresa. Son principalmente correos electrónicos que informan sobre actividades, promociones, nueva información a tomar a consideración o incluso entradas al blog.
- Llamadas telefónicas: Se basan principalmente en una interacción del público junto con un miembro de la empresa, los llamados call center logran una buena comunicación con los clientes, pero al ser tan directa se deben cuidar todos los detalles ya que una mala experiencia conllevara a mala recepción por parte del público.

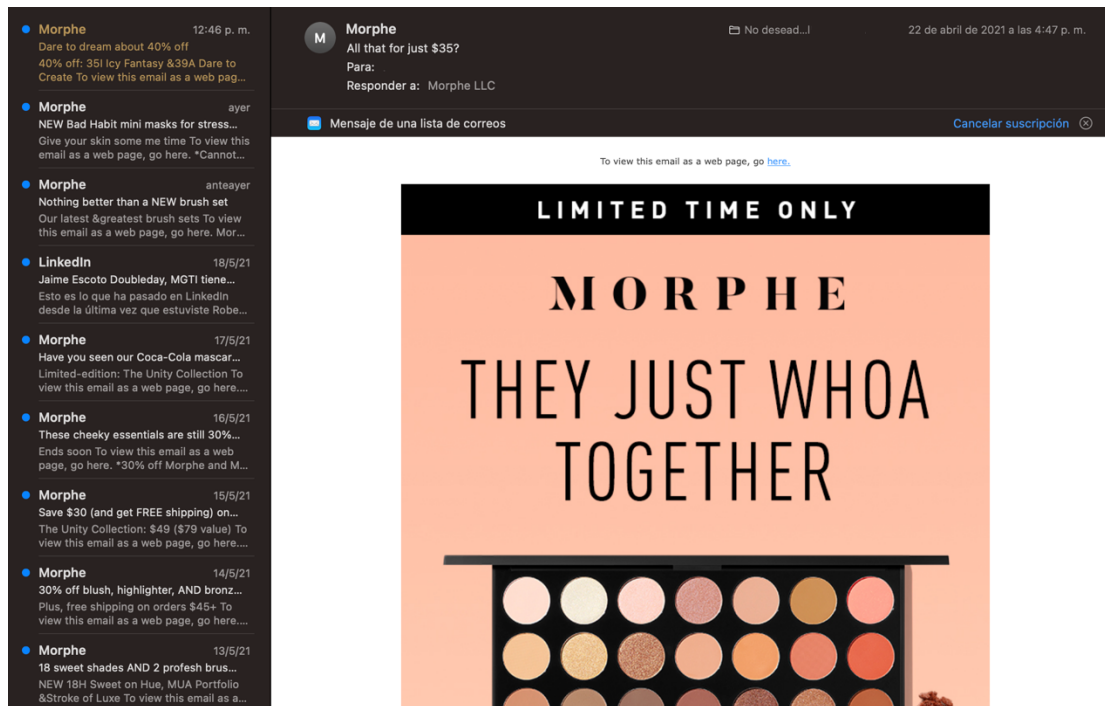


Ilustración 9. Ejemplo de boletines digitales.

Fuente: (Morphe, 2021)

Los puntos tratados anteriormente son sumamente importantes para una buena experiencia con para el cliente meta. Todos los canales son funcionales para lograr una buena interacción con el cliente meta, lograr tenerlo informado y así que logre estar mucho más interesado en la empresa y las actividades.

GOAL al no ser una empresa que ofrece servicios ni productos de pago se podría pensar que no todos aplican, pero son muy indispensable para recabar toda la información necesaria para los beneficiarios y proveedores, así como grupos que les gustaría unirse a sus programas o recibir las inducciones que GOAL tiene.

Todas las estrategias utilizadas para la externalización de la comunicación empresarial, tienen como objetivo proyectar una imagen favorable de la compañía, promover actividades, productos y servicios. El principal objetivo de la comunicación externa es dar a conocer la identidad y alcanzar la mayor competitividad posible dentro de un mercado, cuanto más amplio, mejor. (Abades, 2017)

Si bien GOAL no vende productos ni servicios, necesita la comunicación externa para informar sobre sus avances en los proyectos que tiene, que el público al que va dirigido pueda ver lo que logra diariamente a nivel nacional e internacional.

Al comunicar de manera externa GOAL expone sus puntos fuerte lo cual transmite mucho más seguridad y el público podrá convertirse en futuros colaboradores, voluntarios, proveedores e incluso beneficiarios en sus diversas actividades. Los beneficiarios podrán ver todo lo que hacen por ellos y confiarán más en GOAL para futuros proyectos.

4.4. SEÑALES

Las señales son un medio donde se desea transmitir un mensaje, normalmente sin ningún tipo de texto ya que se usan símbolos y signos para poder representar y ser entendidos por personas de todo el mundo.

4.4.1. SEÑALÉTICA

La señalética es la disciplina encargada del estudio de las técnicas comunicativas para el desarrollo de señales o sistemas de comunicación visual. Estas señales tienen por objetivo proporcionar una información directa, clara y precisa en diferentes ámbitos: publicidad, seguridad laboral e industrial, prevención de riesgos, información corporativa, etc. (Canarias, 2018).

La historia de la señalética se origina en la antigüedad, nace por la necesidad principal de lograr orientarse por medio de objetos físicos y marcas que funcionaban principalmente para producir un rastro que se podría seguir, logrando ubicarse.

Con el tiempo nacieron lenguajes que lograban transmitir el mensaje que al ser combinadas con objetos físicos se lograban comunicar los caminos y las ciudades.



Ilustración 10. Señal Celta 1,200 BCE

Fuente: (Time Toast, No publicado)

Según (Entsalguero, 2011, diapositiva 3) afirmo: "En el Imperio Romano se utilizaban pilares de piedras para señalar las distancias entre ciudades". Con el avance de las épocas se fueron cambiado los materiales y textos para que fuera más fácil la orientación. El día de hoy se han intentado diversas formas de comunicar en la señalética, usando colores, símbolos parecidos, pero incluso en el presente año se presentan ciertas diferencias, pero siguen siendo lo suficientemente parecidas para ser entendidas por personas extranjeras al lugar.

La señalética no suele ser la prioridad para algunas empresas, pero nada más alejado de la realidad, las rotulaciones para las empresas son una parte fundamental de la imagen y la comunicación de cualquier entidad publica o privada.

Existen diversas características que la señalética debe de seguir para poder ser usada y no genere confusiones:

- Finalidad: Deben ser legibles, si en dado caso se incluya texto deben ser fáciles de leer esto influye la selección de tipografía, así como el tamaño de esta, la colocación y el tamaño de la señal.
- Funcionamiento: El mensaje debe ser instantáneo y lograr saber lo que quiere transmitir de forma rápida, ya que en diversas ocasiones se verán de manera rápida y se requerirán tomar decisiones rápidas.

- Orientación: Fundamental deben de ser realizadas con la información verídica y no incluir ningún tipo de información que genere confusión.
- Procedimiento: Debe apoyarse principalmente de lenguaje visual, ya que es más fácil de reconocer y lograr captar el mensaje en momentos donde la rapidez es necesaria.
- Código: Se debe usar signos estilizados sin mucho detalle que la agregación de elementos generara confusiones y difícil de entender.
- Lenguaje icónico: Se usan lenguajes comunicativos universales para evitar la ambigüedad del mensaje y se puedan entender.
- Presencia Física: Es el ultimo paso, así como uno de los más importantes, las señales deben ser colocadas con un espacio suficiente para que no se lleguen a confundir entre ellas, así como no genere desinformación.



Ilustración 11. Ejemplo de importancia de los puntos anteriores.

Fuente: (El país, 2009)

4.4.2. SEÑALÉTICA PARA EMPRESAS

Existe la señalética para empresas que se basa principalmente en lograr que una empresa cumpla con el requerimiento informativo y logre ser un ambiente seguro para sus colaboradores como personas externas que visiten la empresa.

Cuando se habla de señalética para empresas se debe entender que existen dos tipos de rotulaciones.

- La señalética de prevención de riesgos: Es una señalización obligatoria para las empresas y bastante común que se rigen por unas normas dependiendo el continente, informan sobre riesgos y ayudan a que los colaboradores o visitantes se mantengan a salvo en ciertas localizaciones que puedan afectar a su salud física.
- La señalética corporativa: Como tal ese tipo de señalética es la que no se sujeta a ningún régimen gubernamental, suele ser personalizada con la imagen de la empresa y se colocan para que el sentimiento de pertenencia logre crecer.



Ilustración 12. Ejemplo de señalética corporativa.

Fuente: (Agencia WTC, 2011)

Ahora, al ver la importancia de la señalética corporativa, se entra a los tipos de señalética corporativa, siendo elementos que se deben tener en cuenta para que la comunicación sea funcional y no genere disgusto ni confusiones:

- Orientativa: Logran informar del espacio actual y diversos espacios en la empresa, suelen ser mapas, ubicaciones o directorios.
- Informativa: Brindan información para nuevos colaboradores o visitantes externos, eso mejora la obtención de información como ahorro de tiempo para el personal, suelen incluir números telefónicos, horarios, requerimientos. Etc.
- Direccional: Normalmente son flechas con texto que orientan sobre como llegar a un lugar en concreto o la ubicación de ciertas áreas para no generar confusiones.
- De ubicación: Estos logran personificar lugares interiores o exteriores, suelen ser vectores representativos de las palabras como los baños, el parqueo, áreas comunitarias.
- Reguladores: Establecen reglas a seguir dentro de la empresa, con la nueva pandemia del virus COVID-19 se puede usar el ejemplo del uso de mascarilla, la separación de 2 metros y el uso de gel antibacterial.
- Ornamental: Que el nombre no llegue a generar confusión, no se trata de elementos decorativos ya que recordemos que la señalética debe ser informativa, la señalética ornamental cumple la función de comunicar de una manera diferente y creativa, estos pueden ser frases motivadoras, logotipos o frases de bienvenida.

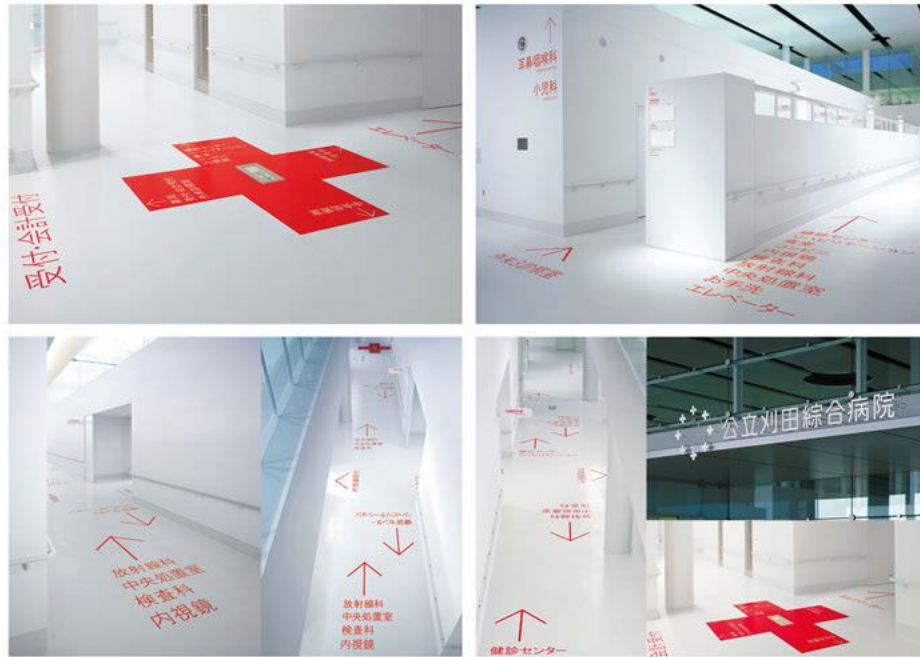


Ilustración 13. Ejemplo de señalética ornamental.

Fuente: (Vectorhäus, 2018)

4.4.3. SEÑALÉTICA EN HONDURAS

En Honduras la señalética esta presente en espacios públicos y empresas privadas, como se ha mencionado, la importancia de la señalética es bastante grande en la sociedad actual. Cada ciudad debe tener su propia señalética, la ciudad que logra una señalética diferente y llamativa es Tegucigalpa, siendo la capital debe contar con señalética para que los turistas puedan ver la creatividad hondureña. La diseñadora hondureña Katherine Nuñez realizo una propuesta para el mejoramiento de la señalética en Tegucigalpa, mucho más llamativa con colores tierra que nos recuerdan a los lencas, El manual incluye todo lo necesario como, los pictogramas, los tipos de señales, el tamaño de las señales, las proporciones y un mapa con ubicaciones para las señales creadas.

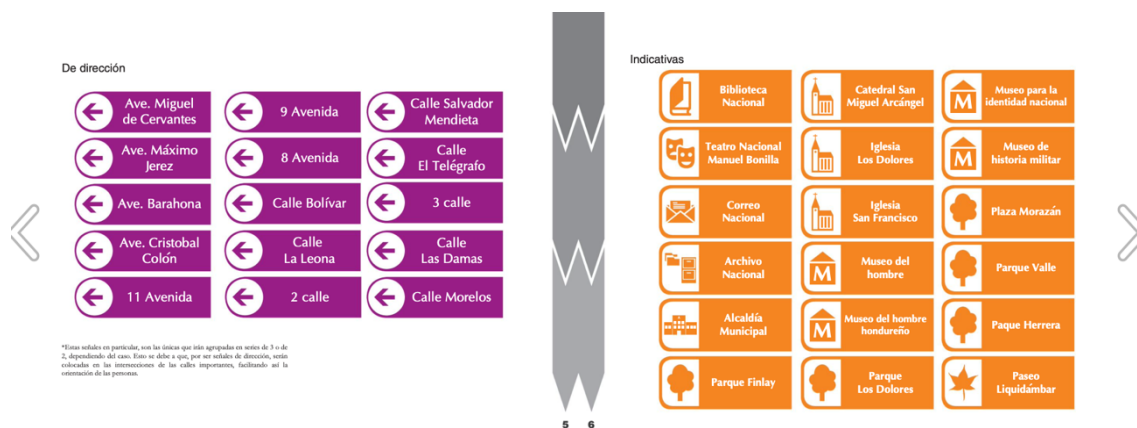


Ilustración 14. Ejemplo de propuesta de señalética.

Fuente: (Katherine Nuñez, 2012)

Se debe tener en cuenta la realización de pictogramas sencillos y que el tamaño sea proporcional a la señal, ya que al no serlo podrá generar confusión e incluso accidentes. Las señales en el ejemplo logran comunicar de manera efectiva siendo específica y sencilla con colores marcando un fuerte contraste.

Los buenos usos de la señalética es algo que no debería ser algo secundario para ningún tipo de entidad, ya sea pública o privada. 911 Honduras (2021) Comenta sobre como sus colaboradores realizaron la instalación de señales para llamada de emergencia para el 911, especificando el numero como principal punto central. Se logra informar sobre el número de emergencia del país, específicamente para los ciudadanos que no conocían el contacto, junto con los servicios que se logran conectar a este.



A continuación se presenta especificaciones de la señalética de emergencias 911. Esta señalización debe ser utilizada por las instituciones públicas y privadas, comerciales, educativas y aquellas que tengan alta circulación de personas y empleados.

TAMAÑOS:

- 20cm x 30cm
- 30cm x 40cm
- 40cm x 50cm

COLORES:

Los colores a utilizar en esta señalización serán en su color Azul PANTONE 307 C color blanco y fondo Azul.

SOPORTE:

- Material a emplearse puede ser:
- PVC Autoadhesivo o VINIL Autoadhesivo
 - Cartoncillo grueso



Ilustración 15. Ejemplo de la señalética de 911.

Fuente: (911, 2019)

El manual de la señalética es sencillo, cuenta con los tamaños, los colores, el soporte y el ejemplo de la señal. Si bien es una señal que logra funcionar a varios niveles cuenta con la problemática de pictogramas y texto encogido a un punto que se podría perder al pasar muy rápido por este.



Ilustración 16. Instalación de la señalética de 911.

Fuente: (Facebook, 2019)

El Heraldo (2012) narra sobre obras que se expusieron en Centro Cultural de España sobre la importancia de la señalética en los principales centros metropolitanos en Honduras.

En el año 2012 se realizó una exposición, de forma creativa se explicaba la importancia de las señales, colocando las señales de manera incorrecta sin ningún tipo de congruencia entre ellas.

La reseña proviene de 19 comunidades de España con aportes del diseñador gráfico Mario Castillo, Un profesional del rubro del diseño demostrando la importancia que las señales tienen en nuestra sociedad, y como la creatividad logra la realización de mejores trabajos con mejores propósitos comunicativos.

Este Proyecto didáctico-académico es una propuesta abierta a implementarse en cualquier parte del mundo, y en países como Honduras sería un gran aporte en relación a la comunicación urbana, turística y social, para estar acorde con la globalización en que vivimos. (Castillo, 2012)



Ilustración 17. Muestra de señales en el Centro Cultural de España.

Fuente: (El Heraldo, 2012)

El diseño logra ser funcional, expresando e informando al mismo tiempo para la sociedad, siendo esta la principal fuente de inspiración de este. Un ambiente urbanizado con toques de esperanza aplicando un lenguaje universal, logra ser conmovedora para los ciudadanos.

4.5. INFOGRAFÍAS

Nediger (2020) afirma: Una infografía es una colección de imágenes, gráficos y texto simple (minimalista) que resume un tema para que se pueda entender fácilmente.

La infografía es un recurso que se ha empezado a usar con más frecuencia en los últimos años, ya que cuenta con el beneficio de uso de gráficos para representar un concepto de la forma más amigable para el lector. Se debe tener en cuenta que las infografías atractivas llaman más atención y suelen ser mejor recordadas por los lectores.

Las empresas optan por el uso de infografías cuando deben expresar información condensada para el mejor entendimiento de esta, así como lograr que los lectores puedan adquirir la información de manera rápida y fácil.



Ilustración 18. Ejemplo de infografía creativa.

Fuente: (Venngage,2020)

Hay diversos tipos de infografías dependiendo de lo que se necesita comunicar.

Según Venngage (2020) estas son las clasificaciones de infografías:

- Infografías de Estadísticas
- Infografías Informativas
- Infografías de línea de tiempo
- Infografías de proceso
- Infografías Geográficas
- Infografías Comparativas
- Infografías Jerárquicas
- Infografías de Lista
- Infografías para Currículum

Cada tipo de clasificación ayuda a crear la infografía necesaria para la información y mensaje que se quiere transmitir, cada infografía debe ser personalizada para la información que se quiere transmitir. Por ejemplo, la infografía informativa suele contar con mayor cantidad de texto para que los lectores puedan comprenderla en su totalidad.



Ilustración 19. Ejemplo de infografía informativa

Fuente: (Venngage, 2020)

Las infografías tienen un proceso de 6 pasos que se deben seguir para que la elaboración sea lo menos tediosa posible, así como el mensaje y gráficos puedan transmitir el mensaje de manera eficiente. Los pasos principales para la elaboración de una infografía son:

- Cura la información: Se debe contar con una información relevante e interesante para los lectores ya que sin importar que tan agradable sea visualmente la infografía, esta no lograra cumplir su función sin una información relevante y pertinente.
- Selecciona el formato: La selección de un formato es tan importante como el contenido, se debe de escoger un formato que vaya concorde al tipo de

información que se quiere comunicar, ya que existen tipos de formatos como lo son, poster, Flyer, reporte, presentación e infografía.

- Esquematiza el contenido: La realización de este paso es muy importante ya que ayuda a tener orden sobre como se colocará la información y los materiales gráficos.
- Cura y selección de soportes gráficos relevantes: Al igual que la información, se debe seleccionar recursos gráficos que sean relevantes para la infografía, ya que la selección de material visual poco relevante tampoco cumplirá con su función.
- Ensambla tu trabajo: Se debe seleccionar todos los recursos recopilados hasta este momento y empezar a trabajar en la infografía, siempre se debe tener en cuenta las reglas del diseño gráfico, así como la redacción.
- Finalización del trabajo: Con el ultimo paso se debe empezar a compartir en las redes sociales o medios donde se quiere visualizar la infografía creada.

4.5.1. INFOGRAFÍAS EN HONDURAS

En Honduras las infografías son comúnmente usadas para información, La Universidad Autónoma de Honduras (UNAH). Presenta infografías anualmente sobre investigaciones y temas relevantes para sus estudiantes como para el público hondureño ya que el acceso a la pagina es público.

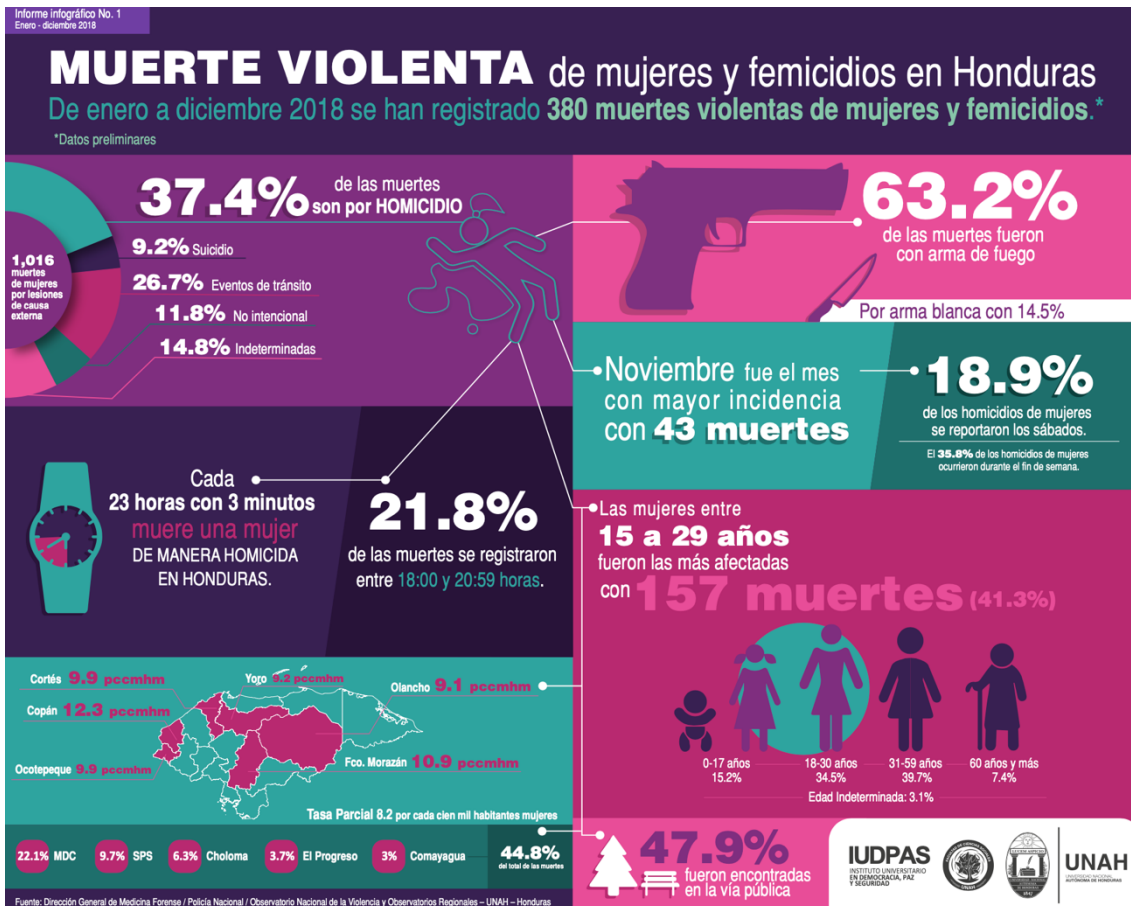


Ilustración 20. Infografía sobre femicidios de UNAH.

Fuente: (UNAH, 2018)

Tegucigalpa, Honduras. -MiAmbiente+), a través del Proyecto Turismo Verde Inclusivo-Eficiencia Energética en el Sector Hotelero, lanzó la guía "Los Eficientes", donde enseñan buenas prácticas que pueden ser aplicadas en el hogar para mejorar el uso y consumo de energía. (El Herald, 2021).

El ejemplo de MiAmbiente+ con su infografía sobre el proyecto turismo verde inclusivo logra ser perfecta para demostrar la importancia de estas mismas. Los recursos gráficos que utilizan logran ser atractivos incluso para los niños, logrando que los menores lean sobre el proyecto y puedan empezar a informarse desde una corta edad.



Ilustración 21. Infografía de proyecto Guía de Ahorro Energético para el Hogar.

Fuente: (MiAmbiente+, 2021)

4.6. LOGOTIPOS

La comunicación siempre ha sido algo requerido para la humanidad, los logotipos nacen de esta necesidad con la expresión artística hace 70.000 a.C. y el 7.000 a.C. Podemos ver vestigios de arte desde la edad primitiva.

Esta forma de escritura es la más antigua que se conoce y es proveniente de Egipto. Cada uno de ellos representaba una palabra o un sonido, empleando figuras como animales, objetos y personas. Los egipcios también realizaban pinturas y esculturas que incluían imágenes y colores simbólicos. (Chavarría, 2021).

Los jeroglíficos empiezan con los primeros inicios de teorías que se aplican para el diseño gráfico, la simplificación de elementos físicos junto con las proporciones para que logren ser lo más simétricos posibles. Al mismo tiempo en la antigua Grecia se colocaban iniciales en ropa y monedas, elementos que podemos ver en estos recientes años con marcas de ropa o maquillaje.

Cuando Johannes Gutenberg invento la imprenta en 1440 abrió las puertas para un nuevo mundo para los Diseñadores Gráficos, la impresión logro revolucionar y agilizar todos los diseños realizados, con esto nace el querer identificar los diseños realizados por cada artista, la solución consistió en la creación de logotipos que se imprimían junto con el diseño.

Con la revolución industrial, se generó una producción masificada de materiales impresos y, también, de bienes en general, por lo que las empresas se establecieron y con ello, las marcas de sus productos. Los empresarios inteligentes notaron rápidamente el hecho de que, tanto el diseño como la comunicación a través de la publicidad, podrían generar más ventas en sus negocios, por lo que se reflexionó sobre la necesidad de diferenciar una marca de la otra, de allí la creación de logotipos. (Chavarría, 2021).

Al mismo tiempo durante la época victoriana el diseño gráfico se consagro como lo que conocemos hoy día. Se empleaban reglas y disciplinas por parte de artistas que podrían ser denominados "Diseñadores Gráficos" en la sociedad moderna. La empresa Coca- Cola nace durante esta época provocando ser reconocido de los mejores logos que existe, el uso de la tipografía es completamente memorable y ha logrado sobrevivir tantos años hasta el día de hoy.



Ilustración 22. El logotipo de Coca-Cola al pasar del tiempo.

Fuente: (Crehana, 2021)

Cuando se realiza un logotipo debe tener ciertas bases que son imprescindibles para realizarlo de la mejor forma posible:

- **Legible:** De los aspectos más importantes es que sin importar el tamaño de letra que usemos logremos leerlos, este punto es importante ya que en ciertas ocasiones debemos minimizar el tamaño del logotipo para que pueda encajar en lo que se realiza.
- **Responsive:** Que podamos adaptarlo a diferentes tamaños, tomando en cuenta las redes sociales y las páginas web adaptativas que pueden hacer cambios al logotipo.
- **Reproducible:** Cuando se coloca en ciertos materiales es importante que los logotipos puedan adaptarse a ciertos elementos tangibles ya que muchas veces se agregan ciertos elementos que impiden la reproducción de los logos.
- **Impacto visual:** De los elementos más importantes cuando se crea un logotipo es el peso visual ya que esto genera interés por parte del público aparte de poder ser memorable.
- **Atemporal y único:** Se refiere a que logre pasar el paso del tiempo y se logre destacar de la competencia.

Los logotipos se clasifican en 4 tipos con características marcadas para cada uno, que logra realizar diferentes objetivos comunicativos dependiendo de la empresa:

- Logotipo: Se caracterizan por el uso de tipografías sin ningún tipo de vector para representación gráfica.



Ilustración 23. Ejemplo de logotipo.

Fuente: (Hazhistoria, 2021)

- Imagotipo: Tiene como principal atractivo el uso de tipografía con un vector que logren funcionar por separado como en conjunto, esto logra que funcione a diversos niveles cumpliendo las reglas del diseño.



Ilustración 24. Ejemplo de imagotipo.

Fuente: (Hazhistoria, 2021)

- Isotipo: Normalmente es la representación de un vector solo, sin ningún tipo de texto adicional, las marcas más reconocidas lo suelen usar ya que no necesitan de más.



Ilustración 25. Ejemplo de Isotipo.

Fuente: (Hazhistoria, 2021)

- Isologo: Es la función del tipografía con vector de manera que no podría funcionar de manera separada, este tipo de logo crea una imagen mucho más memorable para la empresa.



Ilustración 26. Ejemplo de Isologo.

Fuente: (Hazhistoria,2021)

V. METODOLOGÍA

5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

En este apartado se verán los métodos usados para la elaboración de este informe. De igual manera se detallan los tiempos invertidos en los trabajos realizados en GOAL Internacional.

- Adobe Illustrator: Permite el desarrollo de vectores como piezas gráficas, se uso precisamente para elaborar parte de los trabajos de la práctica, así como ciertas tablas del informe.
- Adobe Photoshop: Es un programa principalmente orientado a la edición de fotografías, usado principalmente para la edición de fotografías de la campaña en la práctica.
- Adobe Premier: Esta orientado a la edición de material audiovisual logrando proyectos interesantes, se uso para la edición de los videos de la empresa.
- Adobe After Effects: El programa permite principalmente la edición de videos junto con la facilidad de editar vectores, creando lower thirds así como más facilidad para editar tipografías y plantillas.
- Freepik: Es un banco de recursos gráficos para los diseñadores, su uso principal es la obtención de estos recursos logrando la agilización de los diseños al evitar vectorizar elementos que pueden llevar mucho tiempo.
- Flaticon: Siendo un banco principalmente de iconos, se obtienen de igual manera agilizando los tiempos de realización de los proyectos.
- Buscador de Google: El buscador predeterminado por muchos ofrece gran cantidad de información.

5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Mensajes por correo y WhatsApp para la recopilación de información sobre la empresa.
- Páginas web relacionadas con temas propios de informe.
- Informe de práctica realizados por egresados de UNITEC proporcionado por el asesor del informe.

5.3. CRONOLOGÍA DE TRABAJO

TABLA 1: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 01

Semana # 1

21 de abril - 23 de abril

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Traducción de video	3 horas	□	□	■	□	□
Edición de video nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	7 horas	□	□	■	□	□
Edición de video nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	4 horas	□	□	□	■	□
Edición de video de proyecto de capacitación CODEL.	4 horas	□	□	□	■	□
Plantilla con tematica de comic.	6 horas	□	□	□	□	□
Edición de video de proyecto de capacitación CODEL.	7 horas	□	□	□	□	■
Edición de video nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	4 horas	□	□	□	□	■
Plantilla con tematica de comic.	5 horas	□	□	□	□	■

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 2: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 02

Semana # 2

26 de abril - 29 de abril

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Artes de mecanismo de denuncia.	5 horas					
Artes de mecanismo de denuncia.	10 horas					
Artes de mecanismo de denuncia.	4 horas					
Video de Proyecto Villa nueva.	4 horas					
Video de barrio resiliente.	6 horas					
Artes de mecanismo de denuncia.	5 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 3: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 03

Semana # 3

3 de mayo - 6 de mayo

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Agenda de mecanismo de denuncia	2 horas					
Culminación del mecanismo de defensa	5 horas					
Pasos para Twittear	5 horas					
Arte promocionando pasos para twittear	5 horas					
The salmon of knowledge	8 horas					
The salmon of knowledge	7 horas					
The salmon of knowledge	6 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 4: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 04

Semana # 4		10 de mayo - 14 de mayo				
Actividad	Duración	L	M	M	J	V
The salmon of knowledge	8 horas					
Blue economy	4 horas					
Blue economy	1 horas					
Artes de como Twittear	6m horas					
Artes de como Twittear	7 horas					
Subtítulos en ingles	6 horas					
Esc de liderazgo	8 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 5: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 05

Semana # 5

17 de mayo - 21 de mayo

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Salmon of knowledge	7 horas					
Salmon of knowledge	3 horas					
Colorear salmon of knowledge	5 horas					
Salmon of knowledge	3 horas					
Colorear Salmon of knowledge	4 horas					
Edición de video escuela de liderazgo	1 horas					
The salmon of knowledge	3 horas					
Escuela de liderazgo Titulos	3 horas					
Edición de video escuela de liderazgo	3 horas					
Escuela de liderazgo titulos.	4 horas					
Edición de video escuela de liderazgo	3 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 6: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 06

Semana # 6		24 de mayo - 28 de mayo				
Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Edición de Escuela de liderazgo	3 horas					
Infografía buenas prácticas agricultura	2 horas					
The Salmon of knowledge	5 horas					
Logotipo para ANNER.	15 horas					
Infografía día de la higiene mundial	4 horas					
Infografía de buenas prácticas agricultura	2 horas					
The salmon of knowledge colorear	2 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 7: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 07

Semana # 7

31 de mayo - 4 de junio

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
The Salmon of knowledge	5 horas					
Infografía sobre comunicación	7 horas					
Edición de escuela de liderazgo	8 horas					
Logos de logotipos para ANNER	9 horas					
Cambio de tamaño para malas prácticas	7 horas					
Texto para cierre de video escuela de liderazgo	2 horas					
Cambio de logotipos para ANNER	8 horas					
Agregación de texto de cierre sobre escuela de liderazgo	1 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 8: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 08

Semana # 8						
7 de junio - 11 de junio						
Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Infografía sobre paquetes de ayuda	12 horas					
Infografía sobre paquetes de ayuda	6 horas					
Infografía sobre paquetes de ayuda	12 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 9: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 09

Semana # 9

14 de junio - 18 de junio

Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Infografía sobre paquetes de ayuda	10 horas					
Infografía sobre datos de actividades de GOAL	10 horas					
Infografía sobre datos de actividades de GOAL	12 horas					
Infografía sobre datos de actividades de GOAL	10 horas					
Infografía sobre datos de actividades de GOAL	8 horas					
Base de íconos para el uso de la infografía	6 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

TABLA 10: CRONOLOGÍA DEL DESARROLLO DE PRÁCTICA SEMANA 10

Semana # 10		21 de junio - 25 de junio				
Actividad	Duración	L	M	M	J	V
Infografía sobre datos de COVID-19	10 horas					
Infografía sobre datos de COVID-19	9 horas					
Infografía sobre datos de COVID-19	9 horas					
Post para redes sociales sobre actividades	7 horas					

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

VI. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

6.1. ACTIVIDAD 01: TRADUCCIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO DE NEGOCIOS RESILENTE

GOAL trabaja cercanamente con diferentes zonas que no han sido completamente desarrolladas, el proyecto de Barrio Resiliente se encarga de impulsar con proyectos que puedan beneficiar de manera significativa.

GOAL cree que las ciudades en desarrollo del mundo continuarán creciendo a un ritmo acelerado debido a los altos niveles de migración de los pobres en las zonas rurales hacia asentamientos urbanos informales en el interior del país en busca de oportunidades. (GOAL,2021).

Se realizo una grabación durante la pandemia COVID-19 que principalmente comunicaba sobre el proyecto Negocios Resilientes en cual se explica sobre como los barrios que cuentan en pulperías evolucionan y logran ofrecer productos y servicios diferentes, así como mejores precios por la ayuda de GOAL que parte del proyecto lo une a una red de proveedores que logran obtener mejores precios para la canasta básica y así ayudar a los mismos miembros de la comunidad.

1
Los negocios resilientes son pulperías, tortillerías, ventas de golosinas, que quedan ubicados en los barrios. estos son accesibles a la comunidad, son negocios que cuentan por lo menos con 15 productos de la canasta básica son negocios que cuentan con una red de proveedores que permite obtener buenos precios y eso permite a la vez transferir esos precios justos a la comunidad. son negocios que cuentan con pizarras informativas a través de las cuales se difunden información relacionada con riesgos asociados a los barrios, riesgos asociados al país en el tema de las alertas, las alertas son mencionadas en las pizarras, ahora como llegamos a formar negocios resilientes, estos se forman digamos a través de una estrategia que va en dos vías, la primera es en la vía de reducción de riesgos y la segunda es en la vía de mejoramiento económico

The resilient businesses are pulperías, tortillerías, sales of candy, which are on the neighborhoods. They are businesses that have at least 15 products from the basic market basket and are accessible to the community. They have a network of suppliers that allows them to obtain good prices and at the same time allowing them to transfer those fair prices to the community. These businesses have informative boards through which risk-related information is disseminated

2
Otro objetivo de la red de negocios es poder acceder a instituciones financieras o ciertas camaras de comercio existentes a nivel nacional, porque son lugares potenciales para poder emprender pequeñas y medianas empresas. El hecho de estar organizadas en red les da opciones para tener apertura en estas instituciones financieras.

Another objective of the business network is to be able to access financial institutions or certain existing Commerce's chambers at the national level, because they are potential places to start small and medium-sized enterprises. The fact that they are organized in network gives them options to have openness in these financial institutions.

Ilustración 27. Muestra del texto traducido junto con el texto adicional

Fuente (Roberto Alvarado, 2021)

De igual manera GOAL ha ofrecido capacitaciones y objetos para mejorar la seguridad de estos negocios y barrios.

Por consecuente el video narra todos los hechos necesarios para la comprensión del proyecto y la finalidad de este, así como los beneficios como las estrategias utilizadas para que el plan se lleve a cabo de la mejor manera. El metraje contaba estrictamente con el idioma español y para la comprensión de los inglés hablantes.

Para la realización de esta actividad se debió escribir todo el texto en español para leerlo y comprenderlo para seguidamente traducirlo de la manera más natural posible y no cometer errores gramaticales en este, al contar con el texto con el que se trabajaría se realizo la edición de la cinta con el uso de la herramienta de subtítulos en Adobe Premier.

6.2. ACTIVIDAD 02: EDICIÓN NUEVO PLAN DE CONTENCIÓN DE RIESGOS PARA LA COLONIA VILLANUEVA

Con la creciente de desastres naturales y demás riesgos que se corren en ciertos barrios y colonias en Honduras, GOAL crea plan de contención de riesgos teniendo como principal objetivo que la colonia Villanueva norte como Villanueva sur logre estar preparada para cualquier contratiempo o riesgo que se origine en cualquier parte de estas zonas.

Se realizo una inducción, así como la entrega de documentos para la contención de riesgos y la preparación necesaria para que no sufran ningún contratiempo.

La realización de la actividad conllevaba un trabajo de campo y la obtención de información para la comprobación de la realización de la actividad y la ejecución de un video informativo para demostrar lo logrado con la actividad es indispensable para GOAL se procedió a compartir archivos de audios, videos y fotografías.

Comenzando la selección de las entrevistas para que se sincronicen con los audios y ejecutar cortes fundamentales y depurar las partes menos sustanciales de estos mismos, logrando por consecuente se proporciona la información más destacada. La clasificación de clips más relevantes logra ser parte fundamental para cualquier metraje, se debe

juntar las opciones que vayan conforme a la entrevista, que puedan comunicar de manera eficiente todo lo que la entrevista enuncia.

Documentos > Comms Programas > Barrio_Resiliente > Graphic Design and Comms BR > SAAT > 2021 > Fotos socialización Plan Red Riesgos Villa Nueva

Nombre	Modificado	Modificado por
Audios	4 de febrero	Alejandra Martínez
Editado	19 de febrero	Alejandra Martínez
Videos	4 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0628.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0629.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0630.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0631.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0632.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0641.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0642.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0652.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0653.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0654.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0655.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez
IMG_0656.JPG	2 de febrero	Alejandra Martínez

Ilustración 28. Archivos compartidos para edición de la actividad

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.3. ACTIVIDAD 03: EDICIÓN DE VIDEO DE CAPACITACIÓN CODEL

Como se menciona anteriormente GOAL ayuda a barrios y colonias siendo las capacitaciones parte fundamental de este apoyo.

De igual manera se seleccionaron cuidadosamente los videos, audios y fotografías para que la información fuera la necesaria sin déficit ni la abundancia de esta misma ya que se debe tener en cuenta la duración de la composición final que se solicitó fuera de 1 minuto con 30 segundos como máximo.

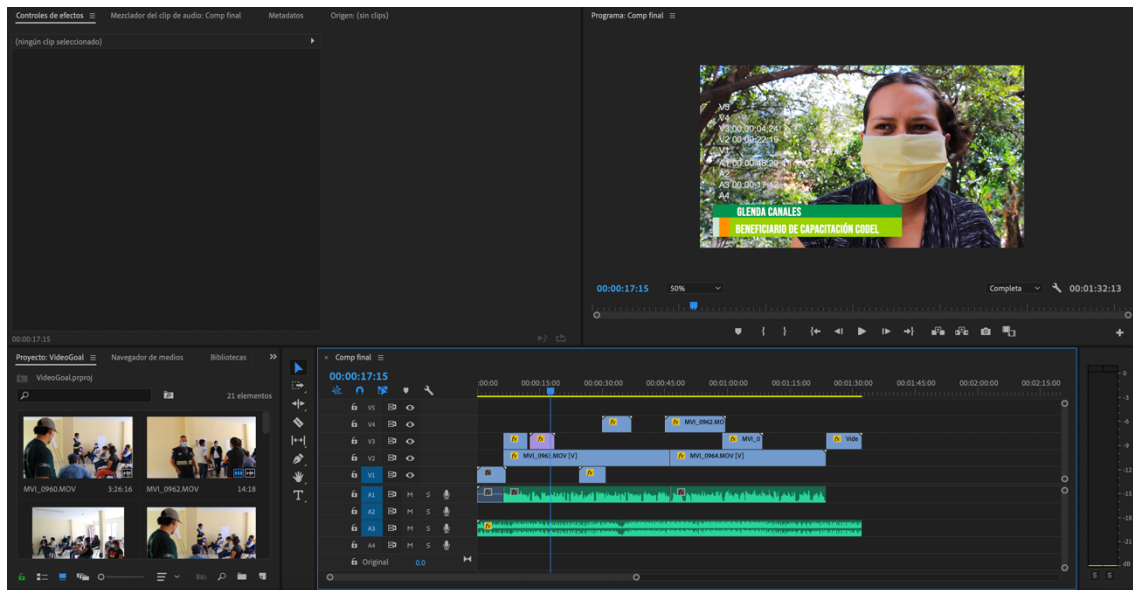


Ilustración 29. Muestra de la edición del video

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.4. ACTIVIDAD 04: ARTES PUBLICITARIOS CONTRA LA MALA PRÁCTICA

Las malas prácticas son algo que desafortunadamente suele pasar en empresas grandes, esto puede generar que la ineffectividad de los colaboradores, así como secuelas psicológicas e incluso físicas de las cuales no suele ser fácil recuperarse. Al permitir este tipo de praxis la empresa sufre problemas internos y externos, provocando que los colaboradores bajen su rendimiento e incluso genera escándalos públicos desencadenando desconfianza ante el público, pérdida de proveedores. Las malas prácticas deben ser sancionadas e informadas y por raíz de evitar cualquier contratiempo de esta índole GOAL lanza una campaña contra la mala práctica, comunicando cuales praxis no son aceptadas por la empresa, así como mecanismo de denuncia para las víctimas o los testigos de esas malas prácticas.

La campaña consta de 38 piezas gráficas con temática de comic, eso quiere decir que el fondo, el texto y el estilo en general tiene un estilo vintage con la paleta de colores de la empresa junto con globos de texto para el mejoramiento de la comunicación. La razón de incluir este estilo de comic fue el uso de las onomatopeyas y el énfasis que las líneas del fondo pueden generar.

Se comenzó con plantillas para el fondo, usando líneas diagonales, de igual manera se solicitó la edición de fotografías al blanco y negro para que pudieran contrastar de mejor manera.

Pedir a beneficiarios o amigos firmar recibos o facturas en blanco...

¡ESTO ES FRAUDE!

Es mi amig@, nada malo pasará

No normalicemos el fraude. ¡DENUNCIA!

Escribe a goalteescucha@hn.goal.ie
Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a camador@hn.goal.ie/cjportillo@hn.goal.ie
Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie

GOAL

Ilustración 30. Arte de campaña de mecanismos de denuncia de malas prácticas

Fuente: (Roberto Alvarado,2021)

Con las mismas sugerencias que se hicieron se agregaron 3 propuestas de arte con únicamente texto donde se explica la finalidad de esta campaña, así como el habilitamiento de los canales de denuncia oficiales de GOAL para lograr informar sobre cualquier mala práctica.

Nuestro sistema de denuncia interna ya está activo.

¡ES MALA PRÁCTICA!

Recuerda que puedes denunciar cualquier incumplimiento a nuestro código de conducta, política de protección de explotación y abuso sexual, política de protección de la niñez, política de salvaguardia de adultos y niños, política de antifraude, y política de mensajería y redes sociales.

Fraude, malpráctica, Acoso, Abuso (Sexual, Psicológico, emocional), discriminación.

RECUERDA DENUNCIAR CUANDO TIENES UNA SOSPECHA REAL O PERCIBIDA COMO UN ACTO DE BUENA FÉ PARA EL MEJOR USO DE LOS RECURSOS Y MANTENER UN AMBIENTE LABORAL SALUDABLE. EL PROCESO DE DENUNCIA LLEVA UN PROCESO DE INVESTIGACIÓN CONFIDENCIAL EN DONDE NI HABRÁN REPRESALIAS PARA EL DENUNCIANTE DE BUENA FÉ.

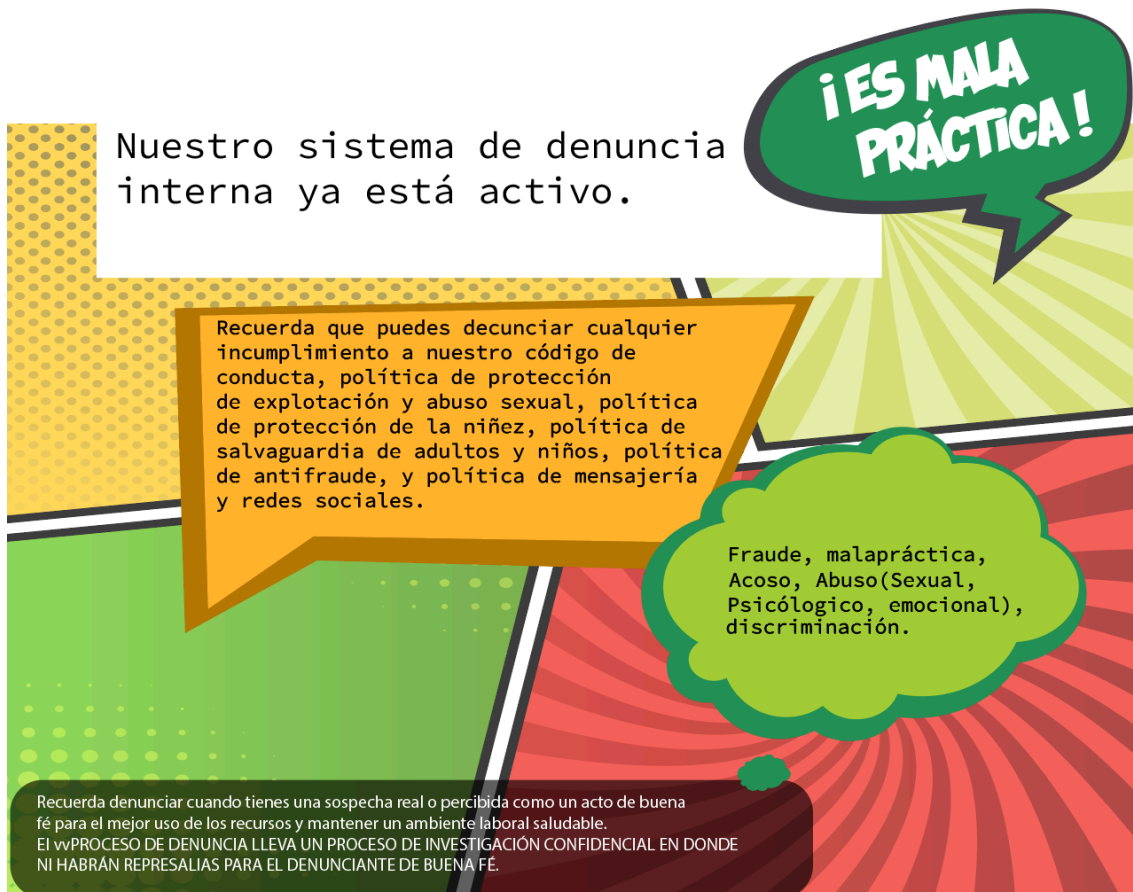
**No normalicemos el fraude.
¡DENUNCIA!**

Escribe a goalteescucha@hn.goal.io
Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a camador@hn.goal.io / cjportillo@hn.goal.io
Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.io



Ilustración 31. Propuesta 1 de arte informativo

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



**No normalicemos el fraude.
¡DENUNCIA!**

Escribe a goaltescucha@hn.goal.ie

Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a camador@hn.goal.ie / cjportillo@hn.goal.ie

Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie



Ilustración 32. Propuesta 2 de arte informativo

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Nuestro sistema de denuncia interna ya está activo.

¡ES MALA PRÁCTICA!

Recuerda que puedes denunciar cualquier incumplimiento a nuestro código de conducta, política de protección de explotación y abuso sexual, política de protección de la niñez, política de salvaguardia de adultos y niños, política de antifraude, y política de mensajería y redes sociales.

Fraude, malpráctica, Acoso, Abuso (Sexual), Psicológico, (emocional), discriminación.

Recuerda denunciar cuando tienes una sospecha real o percibida como un acto de buena fé para el mejor uso de los recursos y mantener un ambiente laboral saludable. El PROCESO DE DENUNCIA LLEVA UN PROCESO DE INVESTIGACIÓN CONFIDENCIAL EN DONDE NI HABRÁN REPRESALIAS PARA EL DENUNCIANTE DE BUENA FÉ.

**No normalicemos el fraude.
¡DENUNCIA!**

Escribe a goalteescucha@hn.goal.ie

Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a camador@hn.goal.ie/cjportillo@hn.goal.ie

Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie



Ilustración 33. Propuesta 3 de arte informativo

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Con esto se espera que la mala praxis disminuya en la empresa, de igual manera se motiva a que se observe y denuncie si atestigua cualquiera de estas malas prácticas. Para ver toda la campaña ver (Anexo 1)

6.5. ACTIVIDAD 05: CAMPAÑA SOBRE COMO TWITTEAR

Que una empresa aliente a sus colaboradores a usar redes sociales es una praxis que esta teniendo mucha popularidad, por ende, se deberá invertir recursos en inducciones e infografías sobre las políticas de las redes sociales al laboral en determinada empresa.

GOAL alienta a sus colaboradores sobre el uso de las redes sociales siendo "Voceros de GOAL". De esta misma manera existe una inducción sobre el uso de las redes sociales y una infografía sobre como crear una cuenta en Twitter, ahora se necesitaba información sobre como generar un tweet.



Ilustración 34. Infografía sobre como crear un tweet

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Se buscaba una experiencia visual atractiva, que fuera fácil de entender por ende se uso la paleta de colores de GOAL y capturas de pantalla para lograr explicar todo de manera visual. Los copys son parte fundamental para cualquier post profesional en las redes sociales, si bien no es necesario usarlos para post personales, llega a ser indispensable cuando se haga un tweet sobre cualquier tema relacionado a GOAL.



Ilustración 35. Propuesta sobre la campaña

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Se realizaron 10 artes expresando sobre como crear un tweet y alentando a los colaboradores al uso de tweet. Para ver campaña completa ver (Anexo 2)

6.6. ACTIVIDAD 06: THE SALMON OF KNOWLEDGE

Las ilustraciones son una parte fundamental para lograr expresarse y ser atractivas, GOAL Dublín requería la ilustración de un relato antiguo titulado como "The Salmon of Knowledge" narrando la historia de Fionn un niño que era muy impulsivo por ende fue enviado con Finnegas un sabio que vivía cerna del río Boyne. Describiendo sobre como Fionn al pescar un salmón y probar parte del aceite que este desprende adquiere un gran conocimiento, la historia tiene como finalidad el alentar a los jóvenes a la búsqueda de conocimiento y el no preocuparse por elementos ajenos a uno mismo.

Se entrego un boceto sobre como podría ser el principio de la historia junto con bocetos de personajes.



Ilustración 36. Primero Boceto de The Salmon of Knowledge

Fuente: (Alejandra Martínez, 2021)

De este primer boceto se realizó dos propuestas, el primero contando con un estilo más convencional teniendo el texto en la parte superior complementando la historia.

La segunda propuesta se separa con un estilo comic, haciendo que parte del paisaje contenga texto y la ilustración complementaria en la derecha.



Ilustración 37. Propuesta 1 the Salmon of Knowledge

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Ilustración 38. Propuesta 2 The Salmon of knowledge

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Al ser revisado se solicitó un cambio en la parte de ilustraciones, donde se pudiera observar una ilustración parecida a un video animado realizado con anterioridad, se tuvo que rehacer las ilustraciones de los personajes. Al realizar la entrega se compartió con la espera de observaciones se requirió rehacer toda la historia con un estilo parecido a la actividad 05, junto con la creación de una página para colorear para que los jóvenes pudieran hacer emerger la creatividad en los colores y lograr dibujar 2 escenas de la historia.



Ilustración 39. Propuesta mejorada de The Salmon of knowledge

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Con la relación de las nuevas ilustraciones se realizó la hoja para colorear tomando de ejemplo las ilustraciones a color, se realizarán diversos cambios a la versión de blanco y negro para que los jóvenes no sintieran tedioso colorear cada segmento. Para ver ilustraciones completas ver (Anexo 3 y 4).

6.7. ACTIVIDAD 07: INFOGRAFÍA BLUE ECONOMY

El programa fue desarrollado por GOAL con el objetivo de hacer que los mercados pesqueros sean más inclusivos y resilientes a través de las limitaciones clave, que incluyen: infraestructura inadecuada para la gestión de la cadena de frío, falta de acceso a servicios financieros y de capital, extensión deficiente e inexistente de servicios de desarrollo empresarial, mala gestión de los recursos naturales que conduce a la "tragedia de los bienes comunes", incluida la sobre-explotación y la pérdida de hábitat. (GOAL, 2021)

La Blue Economy es la respuesta de GOAL para las costas del país, les ayuda de gran medida a las familias y comunidades pesqueras.

La realización de una infografía ayuda sobre ver los beneficios relacionados con la Blue Economy. La realización de la infografía partió sobre una ya existente, manteniendo la misma paleta de colores con cambios en vectores y tipografías para realizar un diseño más moderno junto con la supresión de información ya que solo se necesitaba comunicar de manera digital.

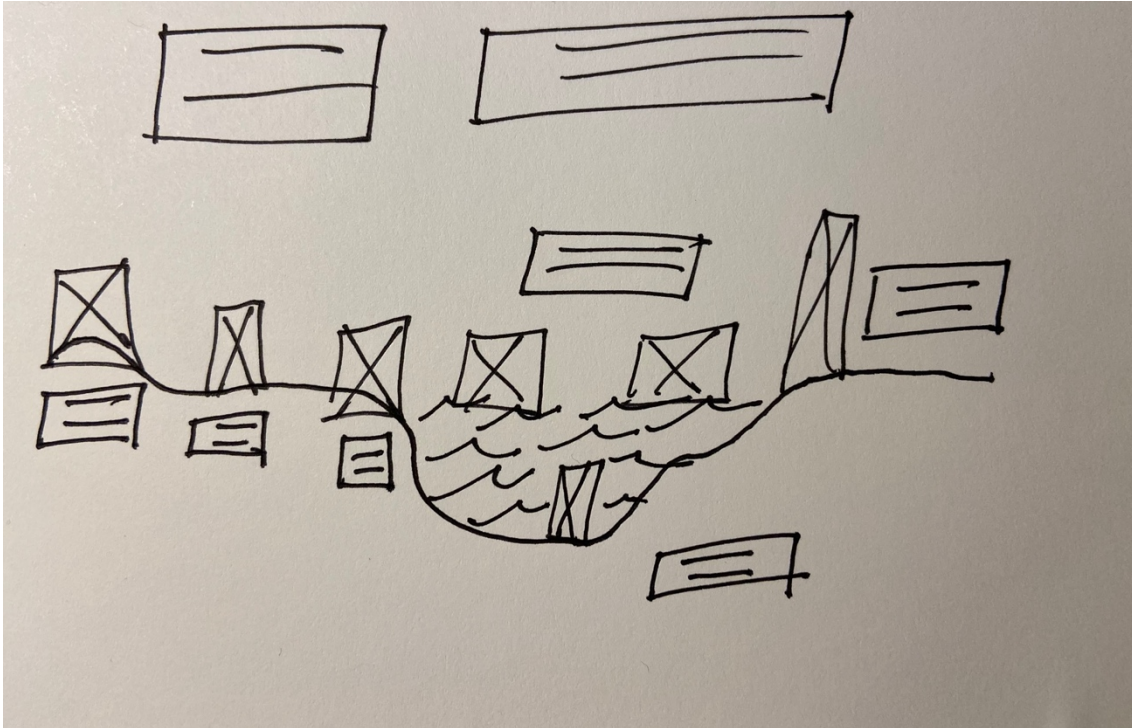


Ilustración 40. Boceto de infografía

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Se realizó la propuesta la cual se realizó un cambio en las olas del mar y el cambio de color para que se viera mucho más acorde a los demás vectores.

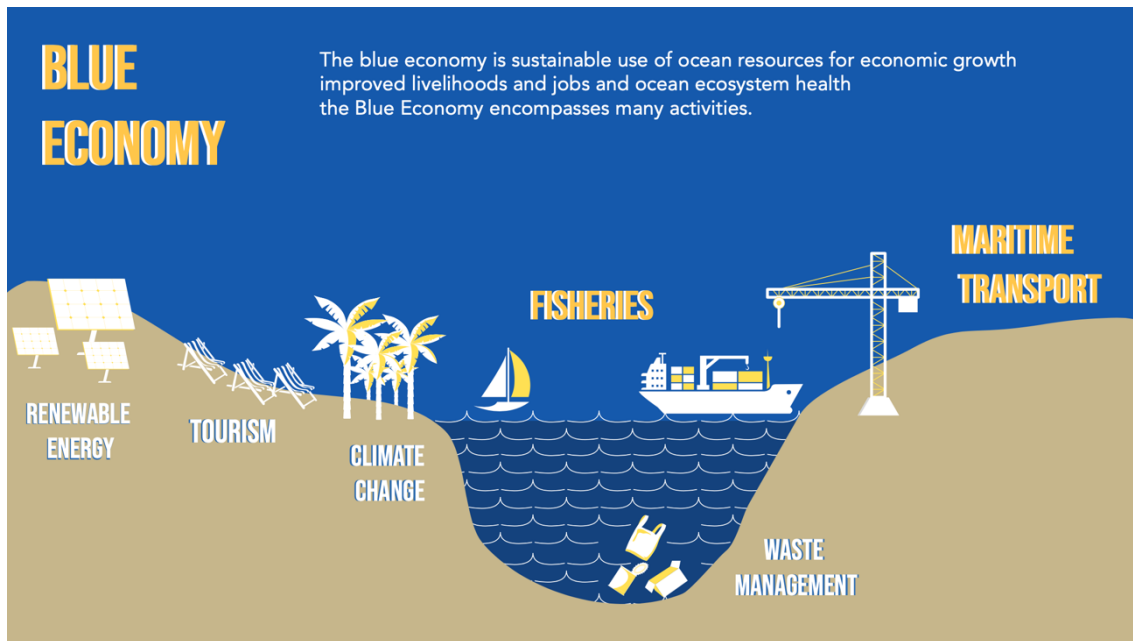


Ilustración 41. Infografía Blue Economy

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.8. ACTIVIDAD 08: EDICIÓN DE VIDEO CAPACITACIÓN DE ESCUELA DE LIDERAZGO.

Uno de los proyectos de Barrio Resiliente de GOAL que se encarga de capacitar a jóvenes, adultos e incluso niños con temas fundamentales para la sociedad. Se tocan temas de como manejar situaciones emocionales, liderazgo para comunidades y de familia.

Se solicito la edición de video, al mismo tiempo se solicito la agregación de nuevos lower thirds para que se pueda presentar diversa forma el nombre y el proyecto del video.



Ilustración 42. Propuesta de Lower third.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Se solicitó la redacción de un texto explicativo sobre la actividad Escuela de Liderazgo como complemento para el video, logrando un mejor entendimiento por parte de los espectadores de este, se seleccionó una canción de fondo para que tuviera más armonía el video y se sintiera más ameno.

6.9. ACTIVIDAD 09: INFOGRAFÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE AGRICULTURA

Las infografías son una buena forma para transmitir información recopilada sintetizada con gráficos llamativos. En este caso se realizó una sobre las buenas prácticas de agricultura, evidenciando lo que no se debe hacer como las mejores formas para mejorar la agricultura y no dañar la tierra.

En este caso la infografía ya existía y se solicitó la realización de cambios para que el mensaje fuera lo más claro posible. Los cambios consistieron en cambio de uno de los copys, agregación de nuevos vectores en una de las prácticas y la edición de una ilustración ya existente, ya que se necesitaba que fuera mucho más explicativa visualmente.

Para visualizar el primer avance (Revisar Anexo 5).



Ilustración 43. Infografía de buenas prácticas.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.10. ACTIVIDAD 10: CREACIÓN DE LOGOTIPO

El proyecto Barrio Resiliente tiene planeado la fundación de la Asociación Nacional de Negocios Resilientes (ANNER), En donde se encuentran alrededor de 80 negocios en Tegucigalpa. Como principal objetivo se tiene la resolución de problemas para negocios pequeños y medianos a través de productos y necesidad comerciales y sociales.

La creación de un logotipo es fundamental para la asociación para que se pueda identificar y crear la mejor imagen posible, la solicitud fue sobre la unión y elementos relacionados con lo rubros de esta iniciativa.

Durante el periodo de elaboración del logotipo se realizaron varias propuestas que no fueron aceptadas y se solicitaban rediseños antes de realizar la entrega final. Para ver estos diseños (Ver anexo 5 al 8). Antes de comenzar la vectorización de los logos se hicieron bocetos para tener la idea gráfica en físico. Los bocetos brindan información extra (Ver anexo 9 al 13).

Se entregaron 4 propuestas donde 2 fue solicitud específica con un estilo clásico, mientras que los demás logos están más asociados a lo que conocemos.



Ilustración 44. Propuesta 1 para el logotipo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Para la primera propuesta tenemos los vectores de una comunidad por eso se incluyo las formas de personas, mientras que la media luna en la parte inferior es para expresar

un sentimiento de unión y que se debe estar juntos apoyándose, los colores que se utilizarán son los mismos colores del logotipo que se usa en el logo de barrio resiliente.



Ilustración 45. Propuesta 2 para el logotipo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Ilustración 46. Propuesta 3 para el logotipo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Para segunda propuesta de se incluyen los elementos del logotipo de barrio resiliente, las manos representan los miembros de GOAL sosteniendo cada elemento para las

comunidades de barrio resiliente, el uso del degradado es con los mismos colores de barrio resiliente.



Ilustración 47. Propuesta 4 para el logotipo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

En la tercera propuesta se usan 4 figuras de personas representando miembros de GOAL y jefes participantes de barrio resiliente para formar una mejor comunidad, por el cuadrado en el centro. Los colores representan a GOAL y la actividad de barrio resiliente.

De igual manera se solicito la realización de cambios conforme a los logotipos, cambiando los colores principalmente escogidos, así como la propuesta 2 y 3 que se les realizo el cambio de ciertos elementos.

6.11. ACTIVIDAD 11: TRADUCCIÓN DE INFOGRAFÍA SOBRE EL DÍA DE LA HIGIENE

MENSTRUAL.

Una actividad internacional sobre un proyecto que trata sobre los derechos e información sobre la menstruación femenina. Principalmente se habla sobre los objetivos

junto con las formas en la que los países apoyan la idea y realizan reformas para que se pueda tener mejor acceso a información y productos de menstruación.

Principalmente se solicitó la realización de una traducción de una infografía en inglés, para que pudiera funcionar en español y realizar el cambio de texto.

Como principal punto se debía leer el texto completo para lograr comprender lo que quería transmitir y traducirlo de tal manera que no causara ningún tipo de problemas adicionales cuando se entregue.

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS):

La salud e higiene menstrual es indispensable para lograr alcanzar un rango de ODS, incluyendo ODS 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 12.

Progreso hacia la educación sobre la menstruación para todos

Desde 2014 se ha incrementado el número de gobiernos, ONG, agencias de UN, y corporaciones apoyando sobre la educación menstrual. En 2019 la encuesta #Action4MHEducation reveló que 310 organizaciones trabajan en la salud e higiene menstrual en 134 países. Las organizaciones que trabajan en la salud e higiene menstrual están tomando acciones. En 2019, p.ej., la marca **Wipac** en India se comprometió a proveer en los próximos 3 años a 50 millones de niñas sobre la educación menstrual.

Progreso hacia la finalización del período de pobreza:

En el 2020, 36 países accedieron a bajar los impuestos para productos menstruales. Cada vez más países – incluyendo Australia, Francia, India, Kenia, Nepal, Nueva Zelanda, Escocia, Sur África y Reino Unido – Proveen de productos para la menstruación en escuelas e instituciones públicas de manera gratis.

Progreso hacia sanitación de agua e infraestructura amigable para el período:

El proyecto de sanitación de agua e infraestructura logra aumentar el conocimiento de las necesidades menstruales de las mujeres y las niñas. Sistemas de monitoreo globales y nacionales están obteniendo información sobre infraestructuras en escuelas que son amigables con la menstruación.

Progreso hacia terminar el estigma de la menstruación:

Desde 2014, campañas y colectivos apoyan el día de la Higiene Menstrual (El día de HM). Ha ayudado a llegar a más de 1.000 millones de personas con mensajes positivos que rompen el estigma y convirtió la menstruación en un tema de tendencia en los países de redes sociales de todo el mundo. A partir de 2021, el Día de HM se ha convertido en un movimiento de más de 700 organizaciones asociadas que trabajan juntas para catalizar la concienciación, la promoción y la acción.

En la encrucijada

Crear un mundo donde la menstruación no es un estigma sigue siendo posible. El progreso es muy lento, no podemos esperar a que la pandemia termine, ni regresar al trabajo habitual. Para lograrlo debemos ponernos en frente e invertir en la higiene y salud menstrual.

Nuestra visión:

Un mundo donde ninguna mujer o niña sea reprimida porque menstrua.

donde todos tienen acceso a los productos menstruales de su elección.

Que el estigma sea historia.

Acceso a información sobre la menstruación, así como los cambios de esta.

Se tenga acceso a instalaciones sanitarias

Ilustración 48. Texto en español para la infografía.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Igual manera se contaron con ciertos errores que se debieron corregir, ya que en ciertos casos la traducción no se percibía de manera natural. Al realizar los cambios se agrego

todo en la infografía, concluyendo con revisiones extra por parte del practicante para cerciorarse que no se incluyera ningún error.



Ilustración 49. Arte final sobre el día de la higiene menstrual.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.12. ACTIVIDAD 12: INFOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN

La infografía sobre comunicación ayudara a los colaboradores a conocer la forma adecuada de comunicación en las redes sociales de una manera más amigable y eficiente. Se leyó dos artículos sobre comunicación y se condenso la información para una mejor comprensión de esta. Los recursos gráficos son sumamente importantes ya que ayudan visualmente a la obtención de la información para los colaboradores.



Ilustración 50. Infografía sobre comunicación.

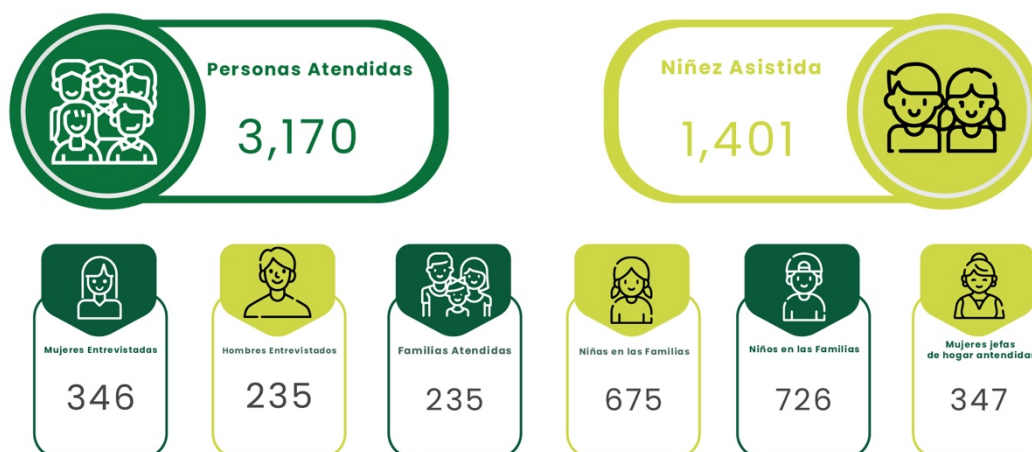
Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)


6.13. ACTIVIDAD 13: INFOGRAFÍA SOBRE PAQUETES DE AYUDA.

GOAL al ser una organización internacional se encargan de brindar ayuda a diversos países alrededor de diferentes países con escasos recursos. Una de las actividades que más recientes es la entrega de paquetes de ayuda que incluyen, kits de higiene y filtros de agua. Se obtuvo un documento de Excel con datos para agregar la información necesaria en la infografía.

Se realizó una búsqueda de pictogramas, se realizó la línea gráfica que debería seguir esta infografía, Se solicitó de igual manera que se resaltara el total de personas asistidas. Para ver los bocetos (Ver Anexo16)

CUADRO DE ENTREGA DE KIT DE HIGIENE FAMILIAR ZONA LAKA RIO KRUTA Y ZONA WAMPUSIRPI



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE



Ilustración 51. Avance sobre los kits de higiene.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.14. ACTIVIDAD 14: INFOGRAFÍA SOBRE DATOS DE LAS ACTIVIDADES DE GOAL

Al ser una empresa completamente formal se debe realizar infografías sobre las actividades realizadas junto con los datos recopilados, se solicitó el uso de diversos colores para cada sector de las actividades junto con diversos vectores para lograr la mejor comprensión de este.

Así mismo se realizó un documento con una recopilación de íconos por si debe usar en alguna presentación.



Ilustración 51. Avance sobre los kits de higiene.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

6.15. ACTIVIDAD 15: POST PARA REDES SOCIALES SOBRE DATOS DE COVID-19

Se realizó la creación de post con datos proporcionados por la empresa, se solicitó un rediseño completo de la primera propuesta, mientras que al entregar la segunda propuesta se solicitaron diversos cambios de tamaño para mejorar la lectura y la creación de más post, ya que se preveía la creación de una única publicación.



Ilustración 52. Publicación para red social sobre datos de COVID-19

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Los cambios logran emplear mejores visuales para todo el arte. Para ver todos los artes (Ver Anexo 21)

Actividad 16: Publicaciones para redes sociales sobre actividades.

GOAL con la realización de las actividades han decidido realizar ciertos posts para redes sociales sobre las actividades que han realizado durante el tiempo, tomando las entrevistas de las personas y aplicando una frase que ellos comparten como copy para estos artes. Se realizo el post con la frase de los entrevistados, de igual manera se edito a la persona para que pudiera aparecer en la publicación.



Ilustración 53. Publicación para red social sobre actividades.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

VII. PROPUESTAS DE MEJORA

7.1. PUBLICACIONES PARA REDES SOCIALES

Cuando se busca información sobre alguna empresa el primer recurso que se busca son las redes sociales, si estas carecen de información sobre la empresa, actividades realizadas y contactos pueden generar inconformidad, provocando que los usuarios pierdan el interés de obtención de la información sobre la empresa.

Los objetivos al estar presente en redes sociales según Huebrea (2016) son:

- Branding y reputación online.
- Crear o aumentar tu reputación online.
- Atención al cliente.
- Dar a conocer nuevos productos.
- Aumentar el tráfico en nuestro sitio web.
- Incrementar tu base de datos de contactos.
- Aumentar la interacción con tus publicaciones.

Si bien GOAL por ser una ONG logra prescindir de algunos objetivos, si necesita de los primordiales siendo la interacción, incrementar la base de datos y la interacción con las publicaciones los puntos más fuertes para que GOAL pueda seguir ganando más confianza con sus beneficiarios y proveedores para el seguimiento de proyectos y creación de nuevos.

Si no se cuenta con una red social activa genera confusión para los usuarios que necesiten recopilar información o necesite conocer más sobre GOAL y sus actividades, beneficios a la sociedad y contacto por cualquier consulta.

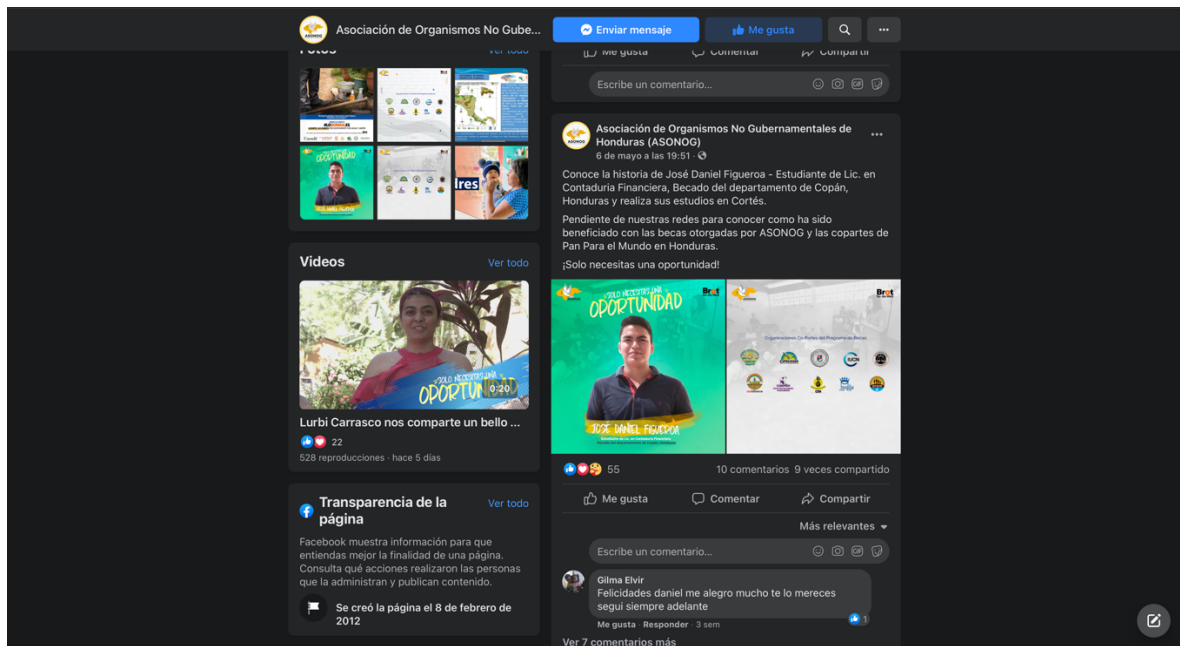


Ilustración 54. Ejemplo de una red social activa.

Fuente: (Facebook, 2021)

7.1.1. CREACIÓN DE CONTENIDO PARA LAS REDES SOCIALES

La propuesta consiste en generar diversos contenidos para el seguimiento de actividades, calendarios de estas mismas e información relevante de la empresa para que cualquier persona que esta interesada en trabajar, ser voluntario pueda encontrar todo lo que necesita de la manera más rápida.

Los posts estarán sujetos al calendario de actividades de la empresa ya que se ocupará recopilar la información para generar las publicaciones digitales informativos, provocando mayor incremento en las reacciones. Así mismo la divulgación de las publicaciones se realizarán en los canales oficiales de GOAL.

Los artes se deberán crear en Adobe Ilustrador por si se necesita ciertas plantillas u otros elementos que se puedan usar para cualquier nuevo post o que funcione como ejemplos para nuevos colaboradores en el área de comunicaciones.

El principal punto de las publicaciones será la información sobre empresa y actividades, así como se podrá brindar información sobre voluntariado para que GOAL logre obtener más reconocimiento en las redes y por parte de los ciudadanos hondureños.



Ilustración 55. Primera propuesta de publicaciones para redes sociales.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

La realización de las publicaciones contara con estilo minimalista, aplicando la paleta de colores junto con elementos ornamentales para que el espacio en blanco se reduzca. El uso de vectores será opcional, ya que podrá incluir imágenes o solo texto de ser necesario.

La propuesta mostrada se realizó en Adobe Illustrator como se mencionó se debe trabajar exclusivamente en este programa, ya que se espera para lograr la mejor calidad para los vectores, por ende, el programa la aplicación Adobe Illustrator permite la realización de diversos trabajos en un solo documento, agilizando la creación de estos como facilidad para la exportación.

7.1.2. COSTOS DE TRABAJO

Se deben tomar en cuenta ciertos factores al realizar el costo para los trabajos relacionados al diseño gráfico como ser, el factor tiempo, material gráfico para ayudar a entender mejor a la marca y aspectos esenciales sobre como debe funcionar la línea gráfica de las publicaciones y de los proyectos a realizar.

Se obtuvieron 2 cotizaciones para la elaboración de las publicaciones de redes sociales, una al estudio y por último a un Freelancer. Se debe resaltar que la realización de las propuestas tomara un mes y una semana, siendo que parte de la información necesaria GOAL logra ofrecerle.

Posteriormente se mostrará la tabla de cotización sobre las publicaciones para redes sociales, realizada por el estudio diseñart como el Freelancer Alain Minera. La cotización se basa en cada pieza de arte para las publicaciones de redes sociales, siendo el estudio un costo de Lps. 1,500.00 y el Freelance Lps. 400.00, se debe mencionar que las cotizaciones adjuntadas sobre la creación de una estrategia de marca para lograr definir completamente la línea gráfica.

Tabla 11. Cotización de publicaciones para redes sociales

Cotización

Publicaciones para redes sociales

Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Estudio Diseñart	Lps. 27,500.00	33 días
Freelance Alain Minera	Lps. 9,315.00	25 días

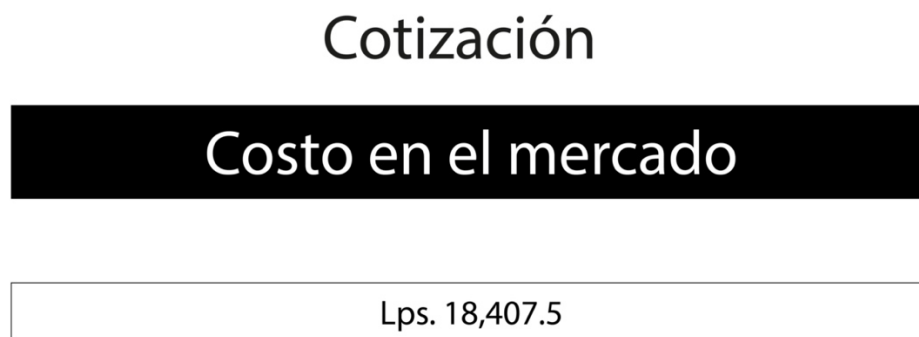
Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

7.1.3. COSTO-BENEFICIO

Haciendo una sumatoria de la cotización del estudio y del FreeLancer para luego dividirla entre 2, logramos obtener el rango de precio en el mercado.

Para lograr obtener el costo estimado del mercado se realizo una sumatoria de las dos cotizaciones y dividirla entre dos.

Tabla 12. Cotización de publicaciones para redes sociales



Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

En total la empresa se podría ahorrar Lps. 18,407.5. Al contratar al practicante y este realizando las propuestas de las publicaciones para redes sociales sin costo alguno, la empresa GOAL lograría economizar la cantidad antes mencionada.

7.2. MANUAL DE SEÑALÉTICA

La señalética es sumamente importante para cualquier entidad pública o privada, logra que los colaboradores se sientan más cómodos en la empresa, igualmente para los visitantes de la empresa logren orientarse si van a las oficinas de GOAL, esto logra generar mayor entidad para la marca.

La propuesta consiste en la realización de señalética con su respectivo manual para la empresa GOAL, ya que se identificó que la empresa no cuenta con señalética apropiada para el lugar de trabajo. Debido a la carencia de señalética apropiada puede generar atrasos en ciertos momentos y desanimar al personal.

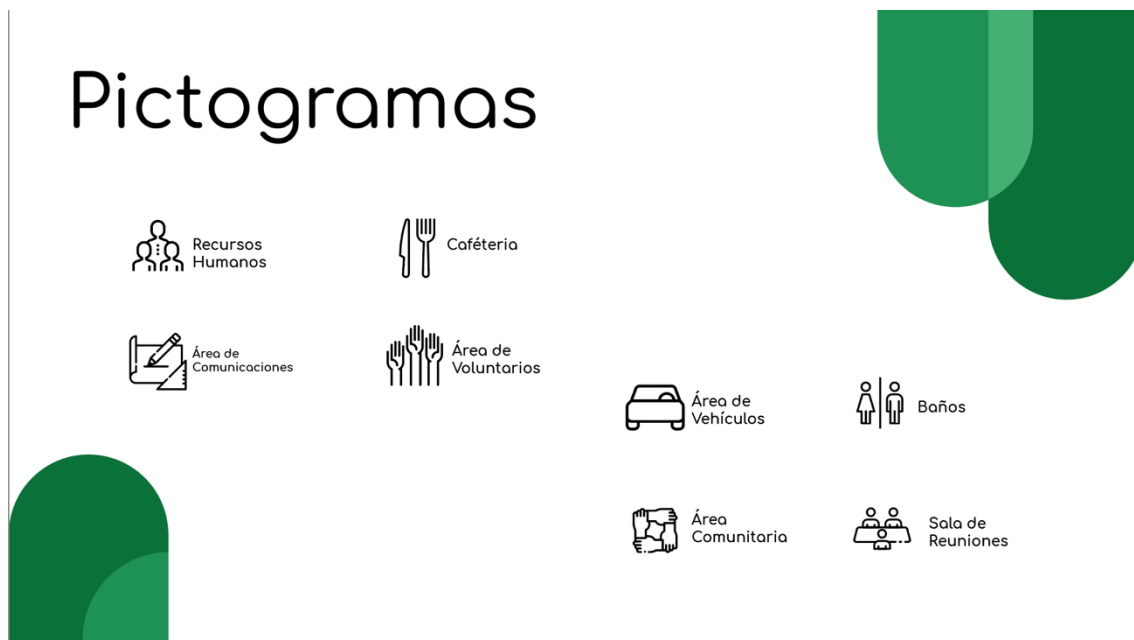


Ilustración 56. Ejemplo para empresas.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

El manual de señalética contara con los colores de GOAL junto con pictogramas personalizados, pictogramas de esta índole logra ser de mayor impacto dentro y fuera de la empresa debido que logra llamar la atención, se entregara con medidas tomando en cuenta los tamaños necesarios, igualmente con el material en que se deben realizar. Desafortunadamente no se cuenta con un mapa de las oficinas para la colocación apropiada de las señales.

7.2.1. COSTO DE TRABAJO

Para el manual de señalética se realizaron 2 cotizaciones para la elaboración de este. Una al estudio diseñart y otra al Freelancer Alain Minera. Tomando en cuenta que se realizaran pictogramas personalizados, resaltando que se utilizara la creación de estrategia de marca y se sumara para este proyecto.

Tabla 13. Cotización para manual de señalética.

Cotización		
Manual de señalética		
Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Estudio Diseñart	Lps. 8,000.00	33 días
Freelance Alain Minera	Lps. 20,010.00	25 días

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

7.2.2. COSTO-BENEFICIO

Haciendo una sumatoria de la cotización del estudio y del FreeLancer para luego dividirla entre 2, logramos obtener el rango de precio en el mercado.

Para lograr obtener el costo estimado del mercado se realizo una sumatoria de las dos cotizaciones y dividirla entre dos igual que en la propuesta anterior.

Tabla 14. Costo-Beneficio para el manual de señalética.

Cotización
Costo en el mercado
Lps. 14,005.00

Fuente: (Roberto Alvarado,2021)

En total la empresa se podría ahorrar Lps. 14,005.00. Al contratar al practicante y este realizando la propuesta de manual de señalética sin costo alguno, la empresa GOAL lograría economizar la cantidad antes mencionada.

7.2.3. INVERSIÓN

Se cotizo con la empresa Judá Ingeniería + Publicidad la creación e instalación de las señales, en total la empresa cobra Lps. 1,200.00. Por cada uno dando un total Lps. 10,800.00. La creación consiste en la impresión en el material junto con la creación del marco de aluminio.

Tabla 15. Inversión para manual de señalética.

Inversión		
Señalética		
Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Judá Ingeniería + Publicidad	Lps. 10,800.00	Sin especificar

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Esta inversión es imposible de evitar ya que en orden de creación y colocación de la señalética se deberá realizar la inversión.

7.3. PLANTILLA PARA PÁGINA WEB

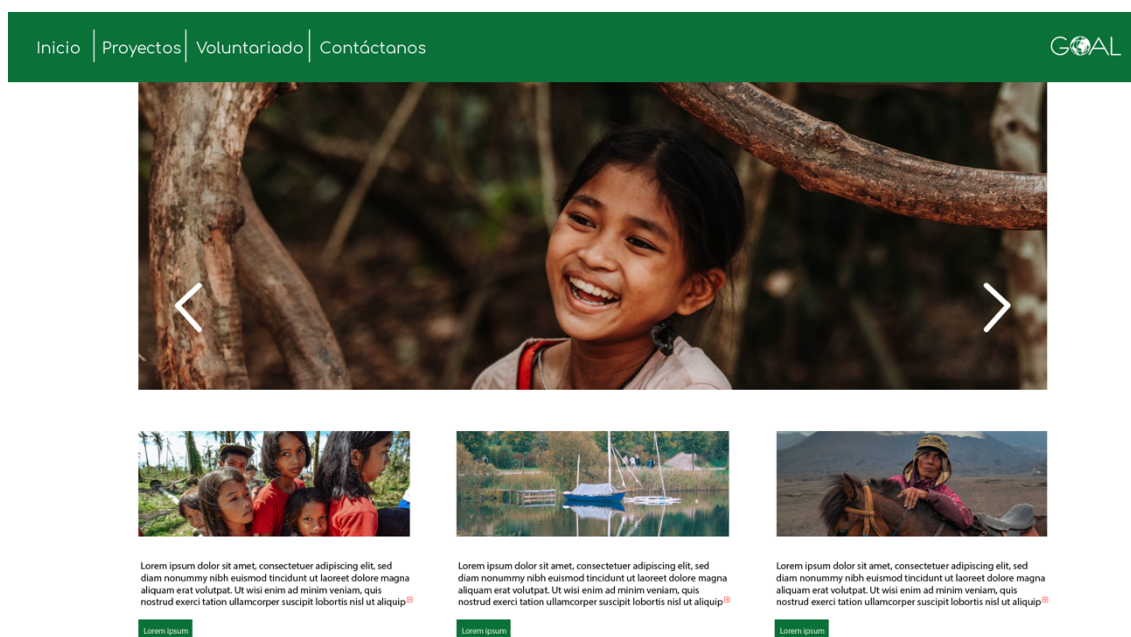
GOAL Honduras no tiene ningún tipo de página web existente, el único dominio es GOAL Internacional, contando con información sobre proyectos en Honduras, pero sin ningún tipo de traducción oficial en español. Así que se deberá realizar la plantilla.

Siendo una entidad importante con diversos proyectos en Honduras es importante que GOAL cuente con su página web para que futuros voluntarios, colaboradores y proveedores puedan conocer sobre lo que realiza.

La página funcionará principalmente como un portal de información sobre las actividades realizadas por la empresa, así como las próximas a realizar, de igual manera se incluirá la información de contacto para ser voluntario o si se desea ser un colaborador de la empresa.

Hay que tomar en cuenta que la página contara con un elemento relacionado a imágenes, para que cualquier internauta pueda revisar las fotografías de los proyectos, consecuentemente lograra proveer información que al ser registrada en el internet facilitara la obtención de esta misma.

Ilustración 57. Ejemplo de plantilla para página web.



Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

7.3.1. COSTO DE TRABAJO

Para la plantilla de página web se realizaron 2 cotizaciones para la elaboración de este. Una al estudio diseñart y otra al FreeLancer Alain Minera.

Tabla 13. Cotización para manual de señalética.

Cotización		
Manual de señalética		
Proveedor	Costo	Tiempo de elaboración
Estudio Diseñart	Lps. 8,000.00	33 días
Freelance Alain Minera	Lps. 20,010.00	25 días

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

7.3.2. COSTO-BENEFICIO

Haciendo una sumatoria de la cotización del estudio y del FreeLancer para luego dividirla entre 2, logramos obtener el rango de precio en el mercado.

Para lograr obtener el costo estimado del mercado se realizo una sumatoria de las dos cotizaciones y dividirla entre dos igual que en la propuesta anterior.

Tabla 16. Costo-Beneficio para el manual de señalética.

Cotización	
Costo en el mercado	
Lps. 15,660.00	

Fuente: (Roberto Alvarado,2021)

En total la empresa se podría ahorrar Lps. 15,660.00. Al contratar al practicante y este realizando la propuesta de plantilla para pagina web sin costo alguno, la empresa GOAL lograría economizar la cantidad antes mencionada.

VIII. CONCLUSIONES

Durante el periodo de práctica y, a través de los trabajos realizados, se logró alcanzar los objetivos trazados y derivado de estos se llega a las siguientes conclusiones.

- Los conocimientos y técnicas aprendidas en los diferentes ámbitos de la carrera de Diseño Gráfico han sido fundantes para poder realizar los trabajos asignados, potencializando los mismos a través de la praxis durante las 10 semanas de Práctica Profesional.
- Durante las semanas de la Práctica Profesional se logró producir las piezas gráficas y materiales audiovisuales solicitados por la empresa, plasmando en ellos la información técnica requerida con las técnicas e ideas que permitieran alcanzar los objetivos comunicacionales de los diferentes proyectos o actividades vinculadas, para hacer que el trabajo fuese eficiente.
- Derivado del trabajo realizado y la experiencia propia de integrarse como parte del equipo técnico en la organización se alcanzaron nuevas habilidades comunicacionales principalmente y, se potencializaron aquellas destrezas que están relacionadas con el uso de programas y técnicas gráficas para uso y aplicación de las mismas en el área de comunicación para el desarrollo.
- Durante el tiempo establecido para la Práctica Profesional se realizaron propuestas de mejora que incluyen: publicaciones para redes sociales a través de las cuales se logrará mejorar la comunicación y dinámica de la empresa dentro de las plataformas digitales, un manual de señalética que logrará dar un sentimiento de pertenencias a la empresa así como poder acortar el tiempo cuando un nuevo colaborador sea contratado y como última propuesta una plantilla para página web ya que GOAL Internacional – Honduras no cuenta con una y la misma ayudará a lograr que se pueda obtener información sobre la empresa de forma ágil en el internet.

IX. RECOMENDACIONES

En este apartado se mencionarán recomendaciones dirigidas a la empresa, la institución y a futuros estudiantes que realicen la Práctica Profesional, tomando como base las experiencias que se obtuvieron durante el periodo de 10 semanas.

9.1. RECOMENDACIONES A GOAL INTERNACIONAL

- Aplicar la plantilla para pagina web, ya que la población necesita un portal de información que cuente en idioma español para lograr tener un sentimiento de pertenencia si desean ser futuros colaboradores o voluntarios.
- Seguir actualizando con más regularidad las redes sociales para informar sobre las actividades y diversos proyectos nuevos.

9.2. RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD

- Reforzar y mejorar los conocimientos de los programas de Adobe Photoshop, Adobe Premier y Adobe Ilustrador, ya que son herramientas esenciales para el ámbito laboral, mejorando el tiempo de realización de actividades.
- Aplicar y aumentar las clases de edición de video y animación, al solo contar con 5 clases relacionadas con estos temas.
- Ampliar el pensum para el área de programación, al contar con solo 1 clase no se abarcan los conocimientos ni lenguajes necesarios para realizar proyectos de manera idónea.

9.3. RECOMENDACIONES PARA EL ALUMNO

- Mantener una bitácora escrita al final del día para para que no se dificulte la realización de la bitácora semanal.
- Realizar el portafolio y curriculum 1 trimestre antes, ya que puede resultar agobiante producirlo en ultimo momento.
- Mejorar los conocimientos aprendidos de cada clase, el ser autodidacta es muy importante para la carrera.
- Realicen los trabajos a tiempo, eso lograra transmitir responsabilidad a la empresa.

X. CONOCIMIENTOS APLICADOS

En la siguiente sección los diferentes conocimientos aplicados para la elaboración del presente informe.

- Para toda la estructura y elaboración de este informe se usaron los conocimientos de la clase de Metodología del Diseño.
- Para la edición de video de las actividades de GOAL los conocimientos de la clase de Introducción a los Medios Audiovisuales.
- Los conocimientos de la clase de Computación Aplicada al Diseño Gráfico fueron indispensables para la realización de las infografías.
- La aplicación de los conocimientos de la clase de Administración de Materiales y Costos de Impresión fue sumamente importante para el apartado de costos en el informe.
- La creación de los logotipos no pudo haber sido realizada sin los conocimientos de la clase de Comunicación Gráfica 1.
- Los conocimientos de la clase Diseño para Multimedia fueron esenciales para la creación de diversos Lower Third.

XI. VALORACIÓN DE LA PRÁCTICA

La Práctica Profesional logra ser una experiencia positiva, fuera de lo que el estudiante esta acostumbrado. Realizando actividades que serán usadas en el mundo real y con tiempos de entrega que deben cumplirse, logrando mejorar diversos aspectos en el proceso y desarrollando habilidades nuevas como perfeccionar aspectos técnicos esenciales para la elaboración de las actividades.

GOAL Internacional en el departamento de comunicaciones logra ser una muy buena experiencia para cualquier estudiante de Diseño Gráfico logra combinar muchos aspectos de las diferentes áreas aprendidas a lo largo de la carrera provocando actividades que demandan la creatividad y conocimiento del alumno. Obteniendo conocimientos y formando lazos profesionales ya que al tener cualquier duda sobre las actividades logran resolverlas sin ningún tipo de actitud negativa.

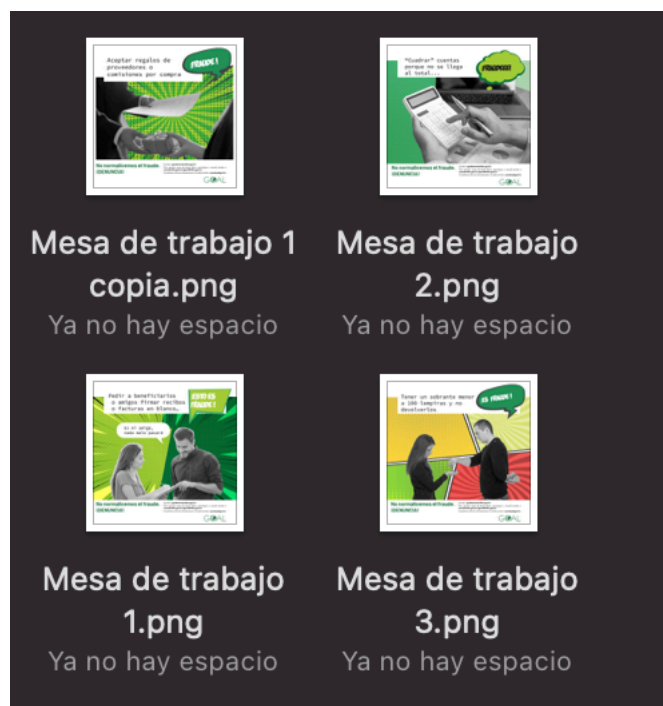
XII. BIBLIOGRAFÍA

- GOAL (2021). Who are we? Obtenido de GOAL Global: <https://www.goalglobal.org/who-we-are/>
- Cat (2021). Fechas en la edición de video no lineal. Obtenido de Cat: <https://cat.com.mx/hechos-y-fechas-en-edicion-digital-no-lineal/>
- Anonimo (2021). Historia sobre edición de videos. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/uyvmge4qtaco/historia-sobre-edicion-de-videos/?frame=563b448d6b3203a18c34ff226ede23166bff360c>
- Gómez Patricia (2021). Edición de video: Todo lo que tienes que saber. Obtenido de Cálamo & Cran: <https://www.calamoycran.com/blog/edicion-de-video-todo-lo-que-necesitas-saber>
- Admin (13 de enero del 2020). La importancia de la edición de video. Obtenido de Escuela Digital: <https://escueladigital.com.mx/blog/edicion-de-video/>
- Gonzalo Abad (4 de junio del 2018). Un recorrido por la comunicación interna: de las normas escritas al trabajo colaborativo: <https://hablemosdeempresas.com/grandes-empresas/historia-comunicacion-interna/>
- Randstand (20 de enero del 2016). La evolución de la comunicación interna y su rol estratégico al interior de las organizaciones. Obtenido de Randstand: https://www.randstad.cl/tendencias360/archivo/la-evolucion-de-la-comunicacion-interna-y-su-rol-estrategico-al-interior-de-las-organizaciones_1173/
- Raffino María (22 de julio del 2020). Comunicación interna. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/comunicacion-interna/>
- Retos Directivos (25 de agosto del 2018). ¿Es importante la comunicación interna para una empresa? Obtenido de EAE Bussines School: <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>

- Valls María (12 de diciembre del 2013). Comunicación interna ascendente y descendente eficaz. Obtenido de WordPress: <https://mvallsa.wordpress.com/2013/12/12/comunicacion-interna-ascendente-y-descendente-eficaz/>
- Abades (24 de julio del 2017). Comunicación externa en las empresas// por qué y para qué. Obtenido de Agora News: <https://agoranews.es/eventos-streaming/comunicacion-externa-en-las-empresas-por-que-y-para-que/>
- Mesa Julian (27 de febrero del 2017). La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo. Obtenido de P&A Group: <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Granda Elsa (23 de mayo del 2009). Cuando las señales nos traiciona. Obtenido de El País: https://elpais.com/diario/2009/05/23/sociedad/1243029601_850215.html
- Bobet (14 de diciembre del 2018). Señalización y señalética y sus diferencias. Obtenido de Bobet publicidad & interiorismo: <https://bobetcanarias.com/senalizacion-y-senaletica-y-sus-diferencias/>
- Entsalguero (26 de marzo del 2011). Historia de la señalética. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/entsalguero/historia-de-la-sealtica>
- Yajery M (2007). Historia de la señalética. Obtenido de TimeToas: <https://www.timetoast.com/timelines/senaletica>
- Agencia WTC (27 de noviembre del 2021). Señalética de empresas. Obtenido de Agencia WTC: <http://wtcpublicidad.blogspot.com/2011/11/senaletica-de-empresas.html>
- Vectorhäus (2021). ¿Qué es una señalética? Obtenido de Vectorhäus: <http://vectorhaus.blogspot.com/2018/03/que-es-una-senaletica.html>
- Google Maps (2021). Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/GOAL+Internacional/@14.0966028,-87.1890781,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8f6fa2d9a28ac881:0x845b35e34da6c1c1!8m2!3d14.0967409!4d-87.1868665>

- Nuñez (29 de mayo del 2012). Manual de señalética para la ciudad de Tegucigalpa. Obtenido de Issuu:
- https://issuu.com/kathnunez/docs/manual_se_aletica_tegus
- 911 Honduras (9 de septiembre del 2019). Nuestros compañeros fijan la señalética de emergencias del 911 en el Estadio Nacional. Obtenido de Facebook:
- https://www.facebook.com/911Honduras/posts/2226241184281684?comment_id=2226249307614205
- 911 Honduras (2021). Señalética oficial. Obtenido de 911 Honduras: <https://911.gob.hn/oficial-911>
- UNAH Honduras (Enero-diciembre 2018). Muerte violenta de mujeres y femicidios en Honduras. Obtenido de UNAH: <https://iudpas.unah.edu.hn/observatorio-de-la-violencia/boletines-del-observatorio-2/infografias>
- El Heraldo (2021). Infografía: MiAmbiente+ lanza la guía de ahorro energético para el hogar. Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.hn/interactivos/1258301-523/infograf%C3%ADa-miambiente-lanza-la-gu%C3%ADa-de-ahorro-energ%C3%A9tico-para-el-hogar>
- El Heraldo (18 de noviembre del 2012). Comunicando 24 horas x 365 días. Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.hn/otrassecciones/nuestrasrevistas/627220-373/comunicando-24-horas-x-365-dias>

ANEXOS



Anexo 1. Campaña completa de mecanismo de denuncia de malas prácticas.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



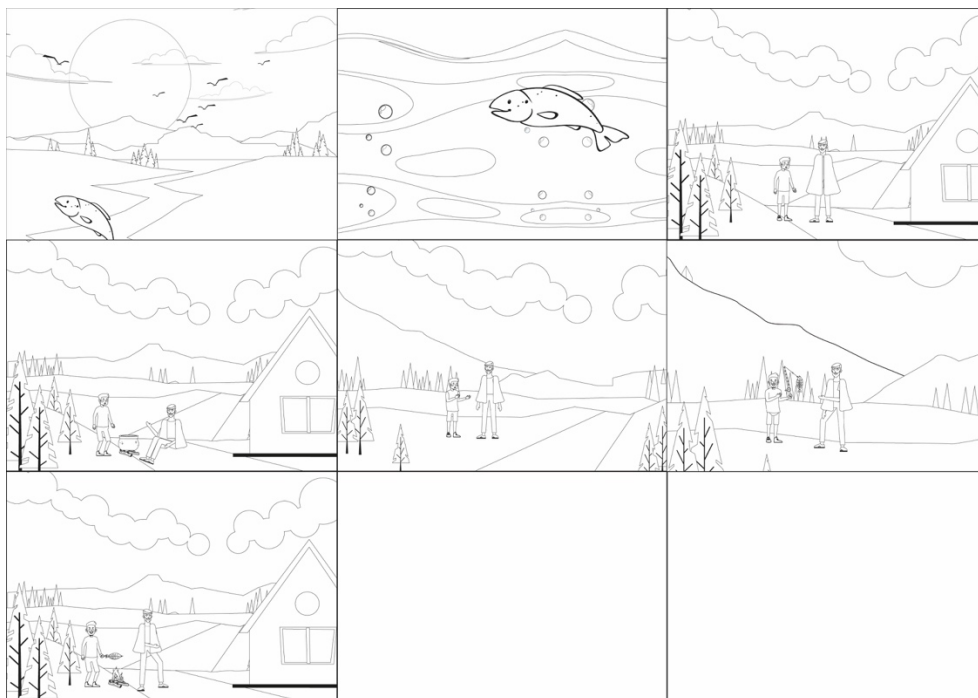
Anexo 2. Campaña completa de campaña para Tweet

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 3. Ilustraciones completas de The salmon of knowledge

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 4. Ilustración para colorear de The salmon of knowledge

Fuente: (Roberto Alvarado,2021)

Propuesta A



Anexo 5. Propuesta no entregada para el logo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Propuesta B



Anexo 6. Propuesta no entregada para el logo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Propuesta B



ANNER

Anexo 7. Propuesta no entregada para el logo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

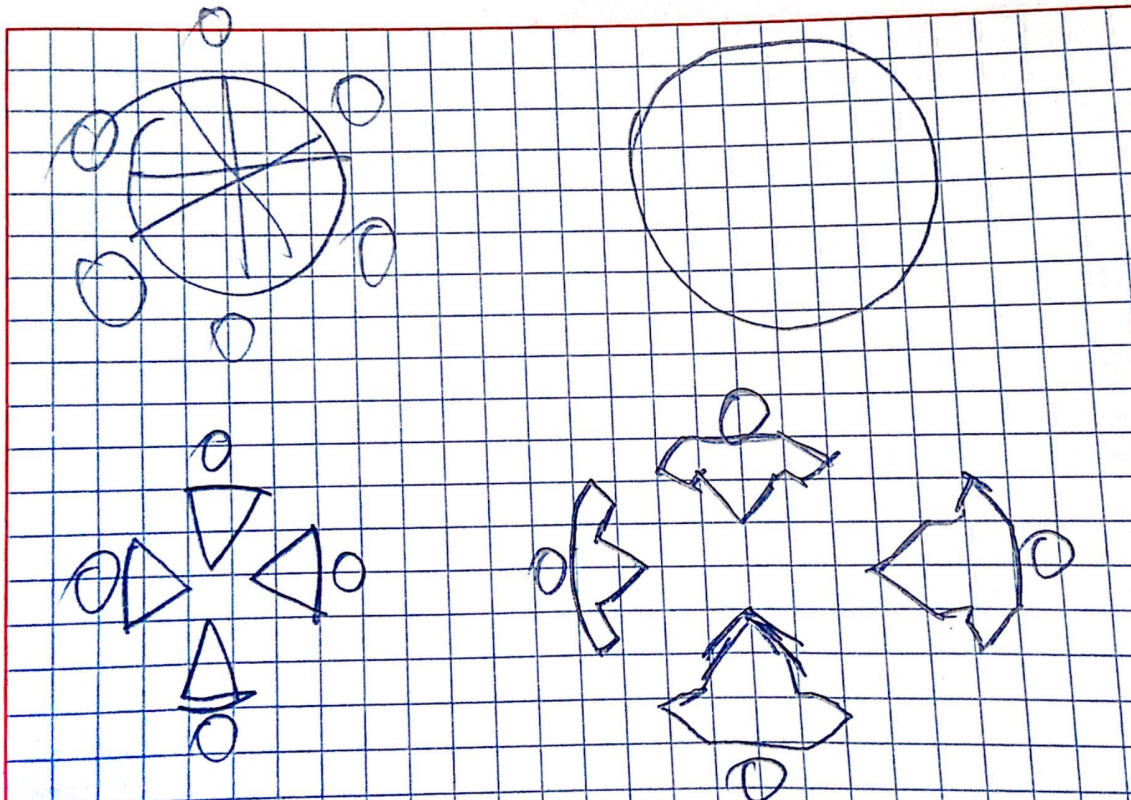
Propuesta B



ANNER

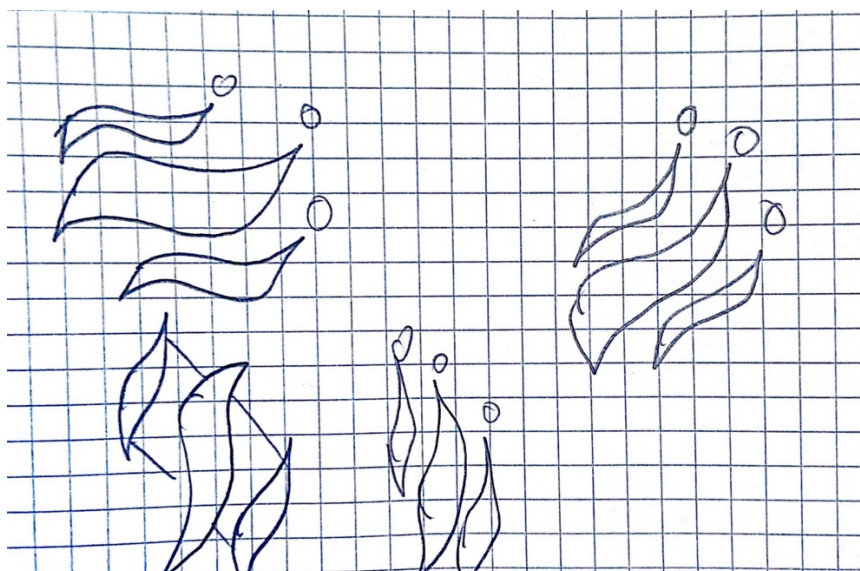
Anexo 8. Propuesta no entregada para el logo de ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



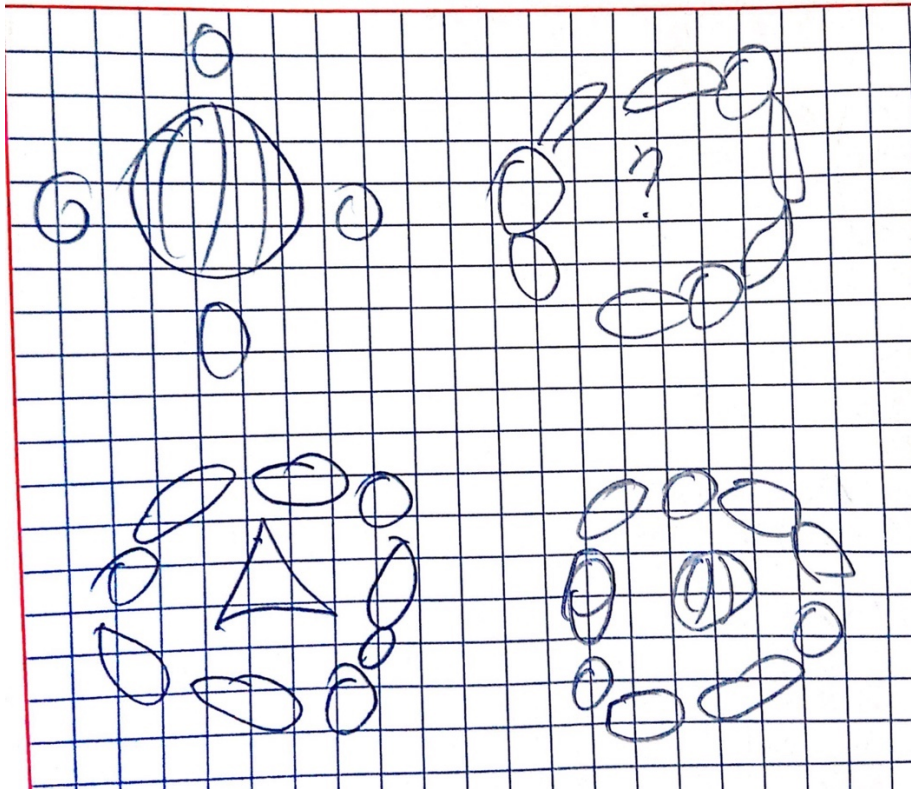
Anexo 9. Boceto de logotipo para ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



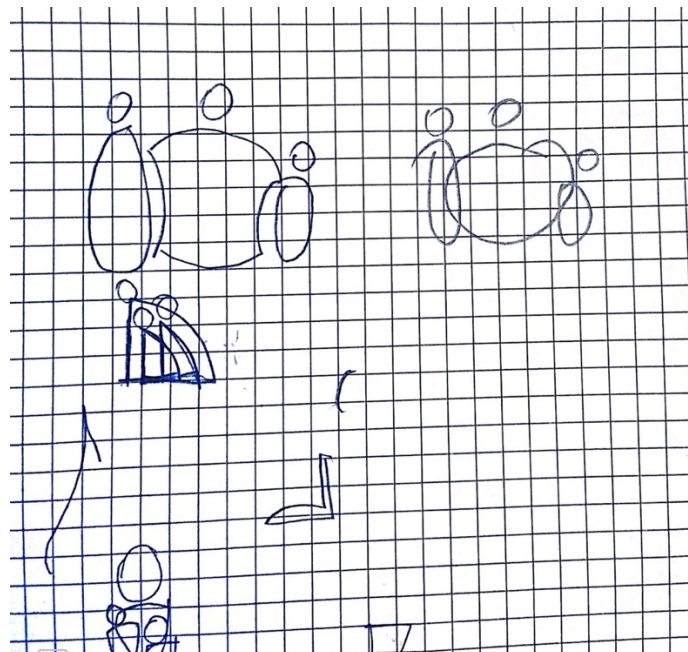
Anexo 10. Boceto para logotipo para ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



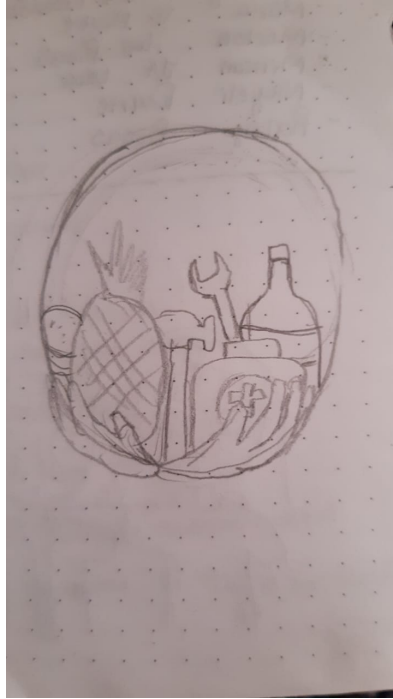
Anexo 11. Boceto para logotipo para ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 12. Boceto para logotipo para ANNER.

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 13. Boceto para logotipo para ANNER.

Fuente: (Alejandra Martínez, 2021)

Cotización-Diseño-Gráfico-GOAL-02-Junio-2021

diseñart PRO Haz tu marca con gráficos, texto y un buen AM

02-Junio-2021
14:00:39:03

COTIZACIÓN
Roberto Alvarado

Haz Tu Marca
Ello con gráficos, diseño con diseño, diseño con diseño

Item	Cantidad	Descripción	Valor unitario	Sub-total
1	1	Creación de Estrategias de Marca / diseño comunicación gráfica. / Se entrega Guía en PDF con las estrategias de comunicación gráfica.	L	5,000.00
2	15	Diseño Gráfico Post / Formato 1:1 / Nota: - Cliente proporciona contenido: textos corregidos y fotografía autorizadas. - archivos entregados en formato digital, no incluye el manejo de la Red Social.	L 3,500.00	L 22,500.00
3	1	Diseño Manual de Señalética: elementos de rotulación en base a "Manual de Marca" proporcionado por el cliente. Se entrega Guía en PDF con las estrategias de comunicación gráfica.	L	3,000.00
4	1	Diseño Pagina Web: landing page basado en plantilla / máximo 4 sub-páginas. Nota: Costo no incluye Dominio ni Hospedaje	L	L 12,000.00
		Sub-Total		L 42,000.00
		IVU 15%		L 6,375.00
		TOTAL		L 48,375.00

NOTA:

- Anticipo 50% y 50% contra entrega del proyecto
- Tiempo de entrega: 20-33 días Laborales (No incluye: sábados, domingos ni días festivos)
- Cambios de formato de fondo máximo 3
- *Carga extra por cambio de diseño: L 200.00
- Se debe asignar la persona responsable de dar VISTO BUENO a los diseños

*Según contrato comercial del estudio de diseño

di **forjamos marcas.**

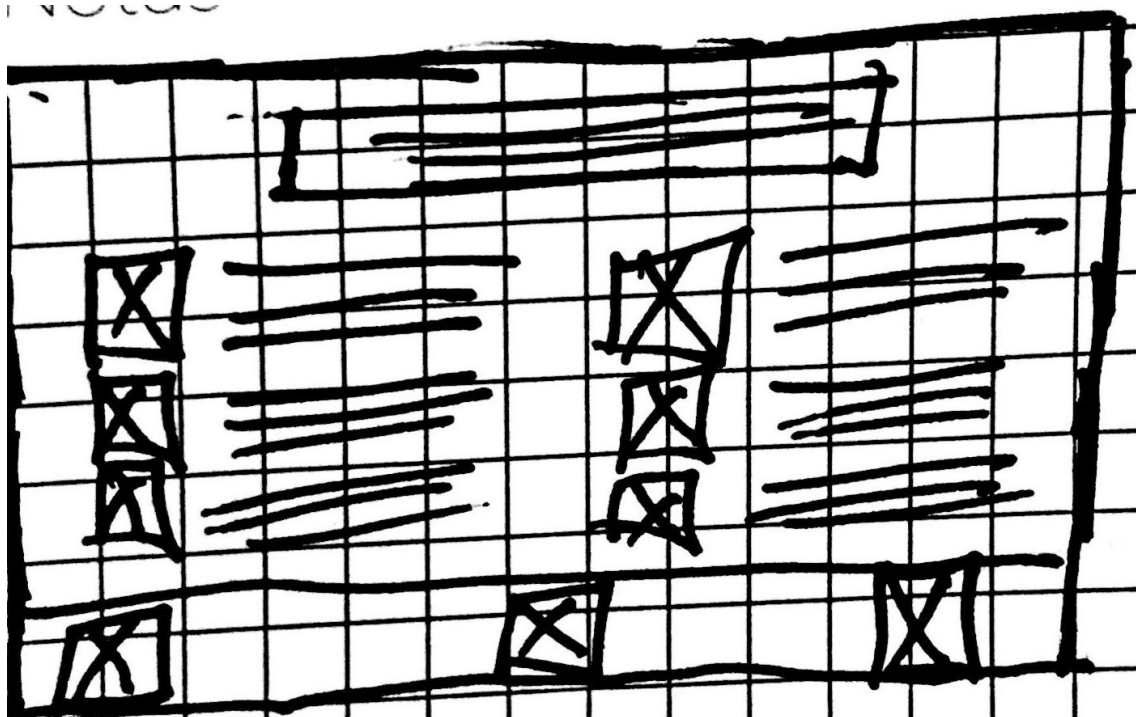
Anexo 14. Cotización del estudio Diseñart

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Cotización AlainSoyYo		
Cliente: <u>GOAL</u>	Fecha: 09/06/21	
Pedido: <u>Proyectos mixtos</u>	Entrega: <u>No definida</u>	
Diseño de website		Observaciones
Diseño experiencia de usuario	6,000.00 HNL	Se usarán cinco instrumentos de investigación y validación
Diseño de interfaces (4 interfaces)	4,800.00 HNL	Se usarán cuatro instrumentos de diseño
Construcción y montaje (8 páginas)	6,000.00 HNL	Montaje en sistema de gestión de contenidos
Capacitación (Cortesía de 1.000,00 HNL)	- HNL	Dos sesiones: una de administración y una de edición
	16,800.00 HNL	Precio sin IVA
Total + IVA	19,320.00 HNL	Precio no incluye mantenimiento
Diseño de señalética		Observaciones
Estudio de campo (Menor a 100 m2)	4,800.00 HNL	Se usarán cuatro instrumentos
Diseño de señales (8)	4,800.00 HNL	Cada señal incluye original y ficha
Confeción de manual señalético	6,000.00 HNL	Incluye racionales, mapas, prototipos y fichas
Validaciones (2 + 1 de cortesía)	1,800.00 HNL	Verificaciones previas a producción
	17,400.00 HNL	Precio sin IVA
Total + IVA	20,010.00 HNL	Precio no incluye impresión e instalación de las señales
Diseño de publicaciones		Observaciones
Estudio y análisis de medios	1,200.00 HNL	Se usarán dos instrumentos
Diseño de piezas (15)	6,000.00 HNL	Piezas de línea "prima", herramientas profesionales
Validaciones (2 + 1 de cortesía)	900.00 HNL	Verificaciones previas a entrega
	8,100.00 HNL	Precio sin IVA
Total + IVA	9,315.00 HNL	Precio no incluye gestión
Total		48,645.00 HNL
Válida por 6 meses desde su emisión ASY 2021		

Anexo 15. Cotización del Freelance Alain Minera

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 16. Boceto para infografía sobre paquetes de ayuda

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 17. Propuesta de mejora publicaciones para redes sociales

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



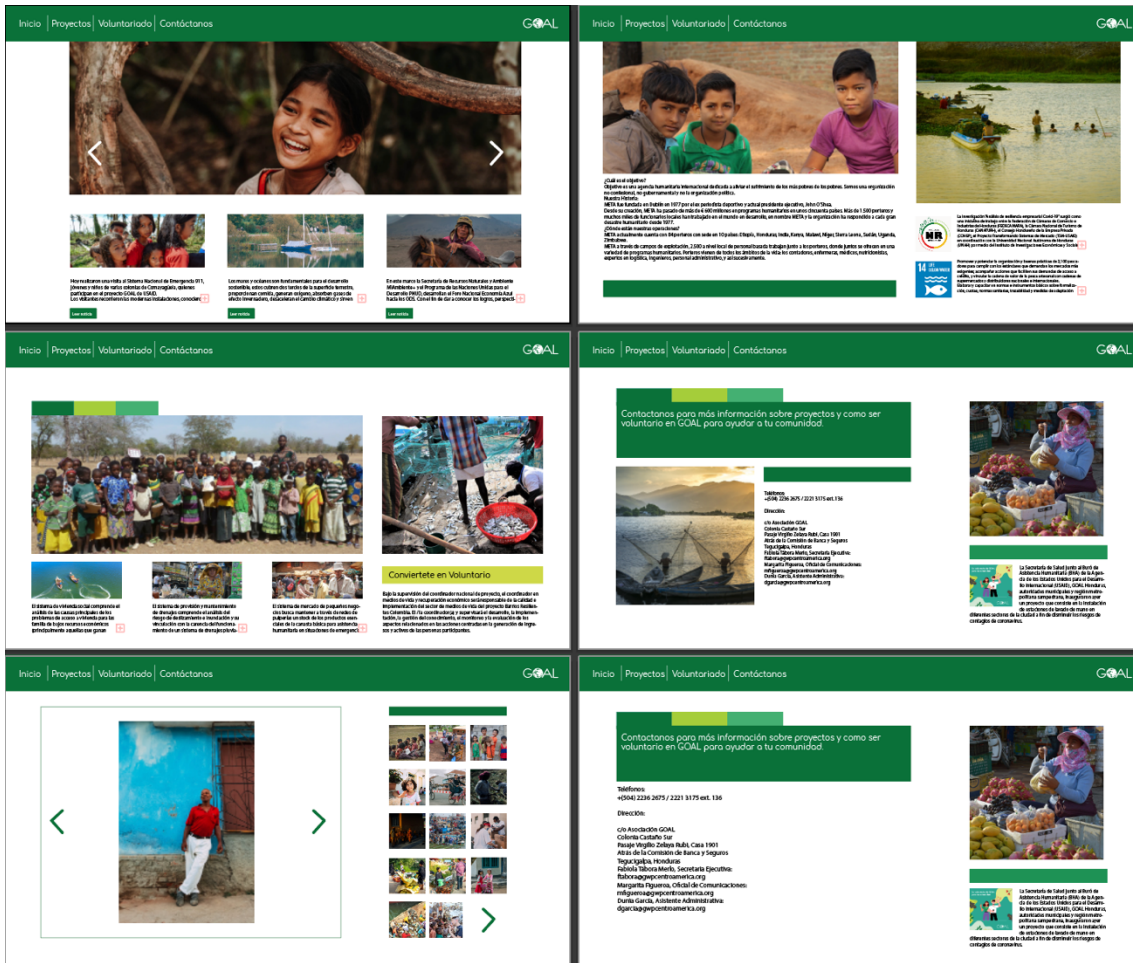
Anexo 18. Propuesta de mejora publicaciones para redes sociales

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 19. Propuesta de mejora publicaciones para redes sociales

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



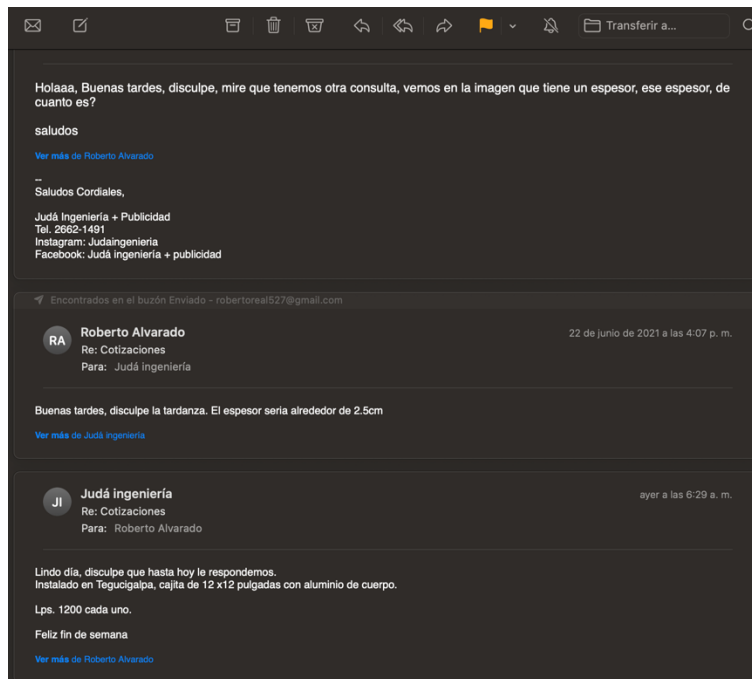
Anexo 20. Propuesta para plantilla para pagina web

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



Anexo 20. Propuesta para plantilla para pagina web

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)



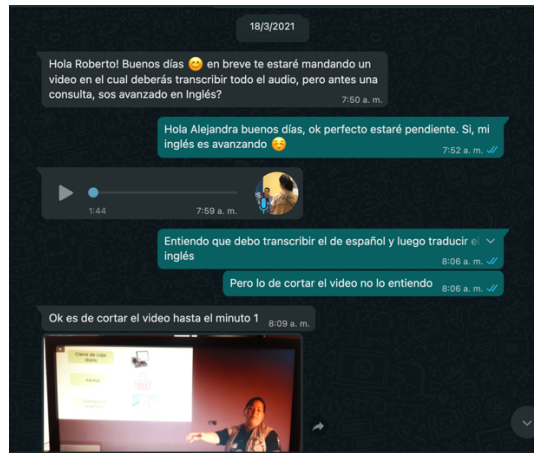
Anexo 24. Cotización sobre la inversión que se debe realizar para la señalización

Fuente: (Roberto Alvarado, 2021)

Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: #1	Total de Horas: 40 horas y 15 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
21/ abril	Tarea 1.1 Traducción y edición de video.	3 horas	Se solicito la traducción y edición de un video. Por el momento no se ha confirmado la traducción por lo tanto no se puede trabajar en la edición.
	Tarea 1.2 Edición de video Nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	7 horas	Se realizó la edición de un video de los proyectos de GOAL, Se siguió trabajando ya que se solicitaban cambios.

Evidencia Tarea 1.1



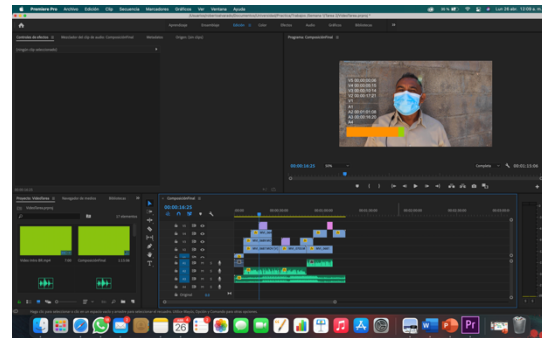
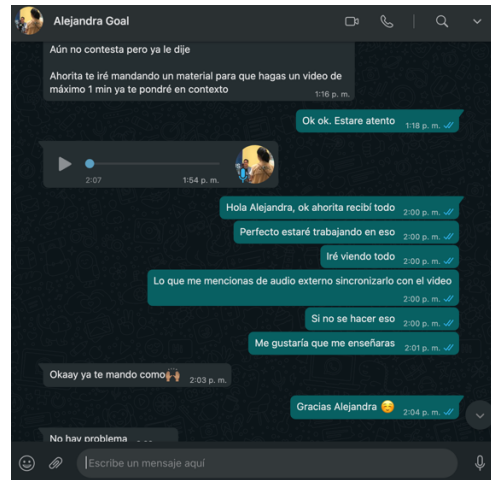
1
Los negocios **resilientes** son pulperías, tortillerías, ventas de golosinas, que quedan ubicados en los barrios. estos son accesibles a la comunidad, son negocios que cuentan por lo menos con 15 productos de la canasta básica son negocios que cuentan con una red de **proveedores** que permite obtener buenos precios y eso permite a la vez transferir esos precios justos a la comunidad. son negocios que cuentan con pizarras informativas a través de las cuales se difunden información relacionada con riesgos asociados a los barrios, riesgos asociados al país en el tema de las alertas, las alertas son mencionadas en las pizarras, ahora como llegamos a formar negocios **resilientes**, estos se forman a través de una estrategia que va en dos vías, la primera es en la **vía** de reducción de riesgos y la segunda es en la **vía** de mejoramiento económico

The resilient businesses are **pulperías, tortillerías, sales of candy**, which are on the neighborhoods. They are businesses that have at least 15 products from the basic market basket and are accessible to the community. They have a network of suppliers that allows them to obtain good prices and at the same time allowing them to transfer those fair prices to the community. These businesses have informative boards through which risk-related information is disseminated

2
Otro objetivo de la red de negocios es poder acceder a instituciones financieras o ciertas cámaras de comercio existentes a nivel nacional, porque son lugares potenciales para poder emprender pequeñas y medianas empresas. El hecho de estar organizadas en red les da opciones para tener apertura en estas instituciones financieras.

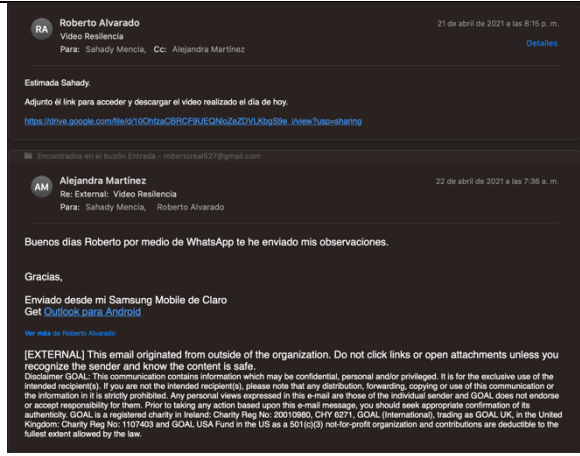
Another objective of the business network is to be able to access financial institutions or certain existing Commerce's chambers at the national level, because they are potential places to start small and medium-sized enterprises. The fact that they are organized in network gives them options to have openness in these financial institutions.

Evidencia Tarea 1.2

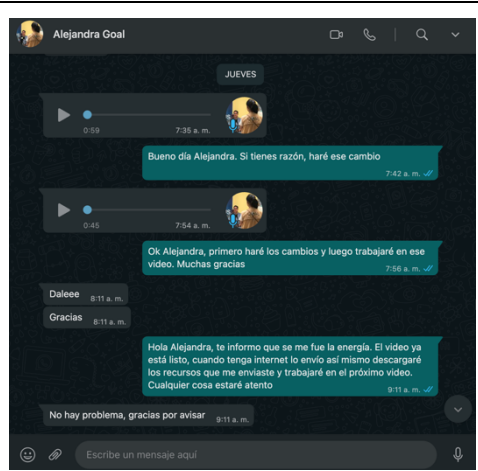


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
22/ abril	Tarea 1.1 Edición de video Nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	4 horas	Se solicitaron ciertos cambios por ende se volvió a trabajar en el.
	Tarea 1.2 Edición de video de proyecto de capacitación CODEL.	4 horas	Se realizó otra edición de video para el proyecto de practica de CODEL. De igual manera se solicitaron ciertos cambios.
	Tarea 1.3 Plantilla con tematica de comic.	6 horas	Se solicitaron plantillas con temática de comic para implementar en la comunicación interna de la empresa.

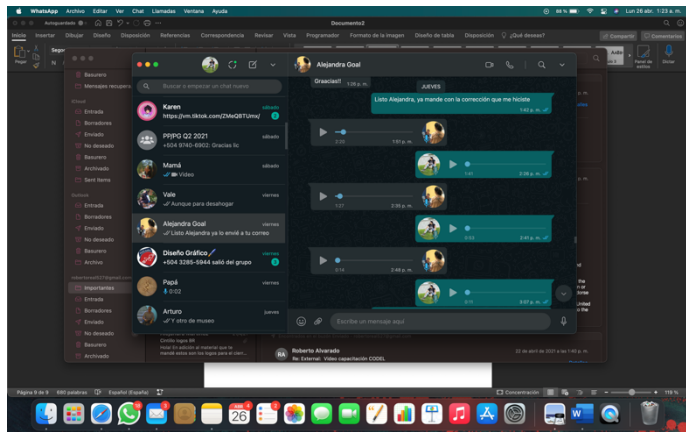
Evidencia tarea 1.2



Evidencia tarea 2.2

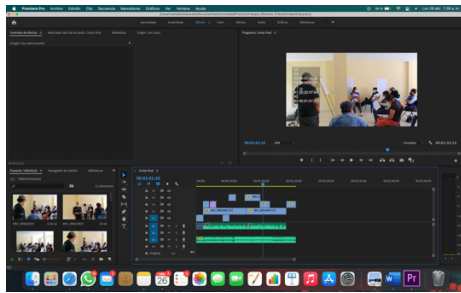
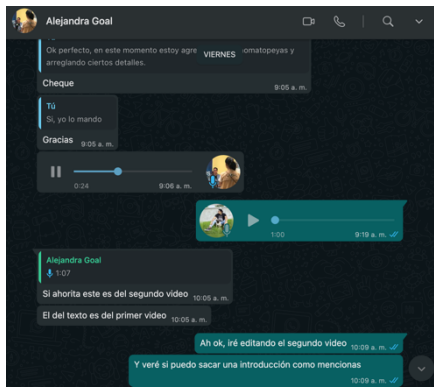


Evidencia tarea 2.3

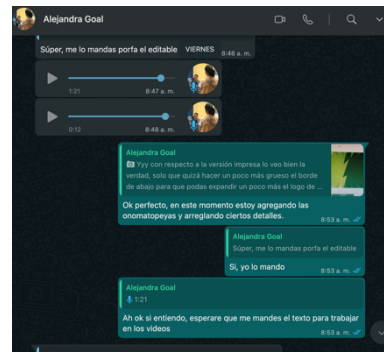


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
23/ abril	Tarea 1.1 Edición de video de proyecto de capacitación CODEL.	7 horas	De igual manera se solicitaron cambios para este video.
	Tarea 1.2 Edición de video Nuevo plan de reducción de riesgos para la colonia Villanueva.	4 horas	No se ha completado, puesto que falta que me faciliten un recurso.
	Tarea 1.3 Plantilla con tematica de comic.	5 horas	De igual manera se solicitaron cambios para estos artes.

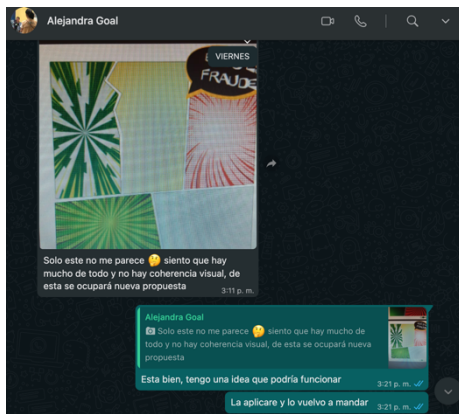
Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Evidencia Tarea 1.3



GOAL

Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: #2	Total de Horas: 40 horas y 20 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
26/ abril	Tarea 1.1 Artes de mecanismo de denuncia.	5 horas	Se realizaron cambios en los artes.

Evidencia Tarea 1.1



No normalicemos el fraude. ¡DENUNCIA!

Escribe a goal@escucha@goal.ie
Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a casos@goal.ie o goal@goal.ie
Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie



Sahady Mencía
CAMPAÑA INTERNA POLITICAS
Para: Alejandra Martínez, Roberto Alvarado
27 de abril de 2021 a las 6:52 p. m.

Sahady Mencía ha compartido un archivo de OneDrive para la Empresa con usted. Para verlo, haga clic en el vínculo siguiente.
[CelularTamaño_cc.ai](#)

Les comparto lo discutido en reunión.
Mañana hablamos más de esto si desean.

S
Disclaimer GOAL: This communication contains information which may be confidential, personal and/or privileged. It is for the exclusive use of the intended recipient(s). If you are not the intended recipient(s), please note that any distribution, forwarding, copying or use of this communication or the information in it is strictly prohibited. Any personal views expressed in this e-mail are those of the individual sender and GOAL does not endorse or accept responsibility for them. Prior to taking any action based upon this e-mail message, you should seek appropriate confirmation of its authenticity. GOAL is a registered charity in Ireland: Charity Reg No: 20010980, CHY 6271, GOAL (International), trading as GOAL UK, in the United Kingdom: Charity Reg No: 1107463 and GOAL USA Fund in the US as a 501(c)(3) not-for-profit organization and contributions are deductible to the fullest extent allowed by the law.

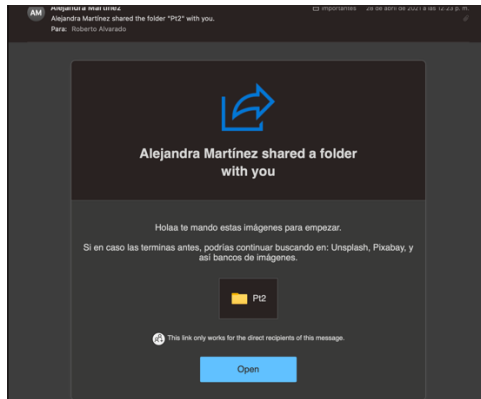
Encontrados en el buzón Enviado - robertosal527@gmail.com

Roberto Alvarado
Re: CAMPAÑA INTERNA POLITICAS
Para: Sahady Mencía
28 de abril de 2021 a las 8:22 a. m.

Buen día Sahady.
Reportándome partes informar qué estoy pendiente de la información del nuevo archivo.
Saludos
Atte. Roberto E. Alvarado Licona
[Ver más de Sahady Mencía](#)

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
27/ abril	Tarea 1.1 Artes de mecanismo de denuncia.	10 horas	Se realizó un cambio de tipografía y de gráficos onomatopéyicos.

Evidencia Tarea 1.1


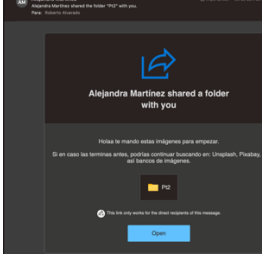



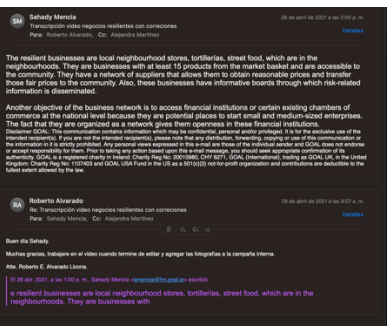


**No normalicemos el fraude.
¡DENUNCIA!**

Escribe a goalteesucha@hn.goal.ie
Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a camador@hn.goal.ie/qportillo@hn.goal.ie
Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
28/ abril	Tarea 1.1 Artes de mecanismo de denuncia.	7 horas	Se cambiaron imágenes y se cambio color del estilo onomatopéyico.
	Tarea 1.2 Video de Proyecto Villa nueva.	7 horas	Se edito el video realizado en la primera semana por cambios solicitados.
	Tarea 1.3 Edición y traducción de video	6 horas	Se realizó el video de resiliencia con subtítulos.

Evidencia Tarea 1.1	Evidencia Tarea 1.2	Evidencia Tarea 1.3
 	 	 

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">29/ abril</p>	<p>Tarea 1.1 Artes de mecanismo de denuncia.</p>	<p style="text-align: center;">5 horas</p>	<p>Se agregaron imágenes y se cambio color de los gráficos onomatopéyicos, se esperan cambios.</p>

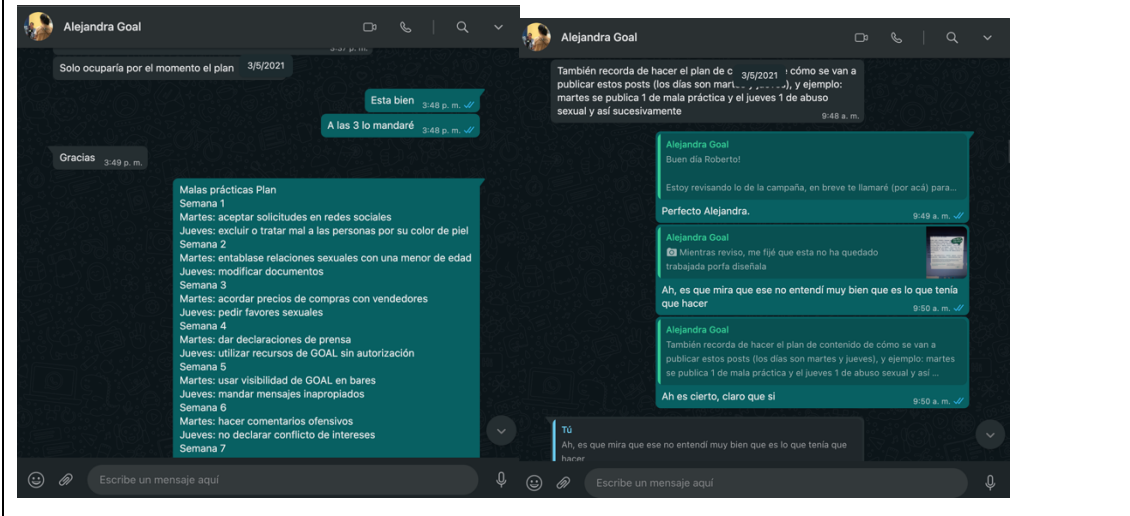
Evidencia Tarea 1.1



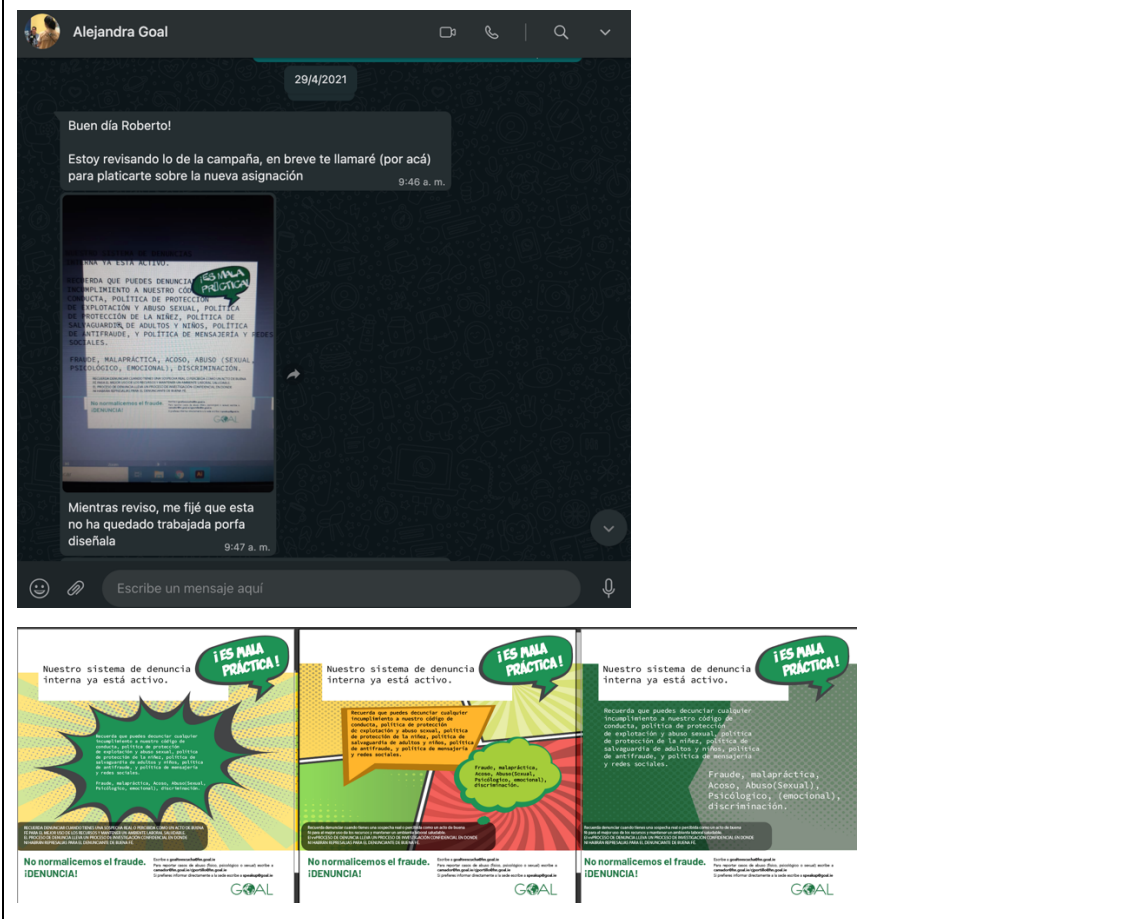
Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: #3	Total de Horas: 39 horas y 30 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
03/ Mayo	Tarea 1.1 Agenda de mecanismo de denuncia	2 horas	Se realizó una agenda para la publicación de los artes realizados la semana pasada
	Tarea 1.1 Culminación del mecanismo de defensa	6 horas	Se realizaron 3 propuestas, se espera observaciones

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
04/ Mayo	Tarea 1.1 Pasos para Twittear	5 horas	Se debió buscar información de como crear copys.
	Tarea 1.2 Arte promocionando pasos para twittear	5 horas	Se esperan observaciones.

Evidencia Tarea 1.1

Postear en Twitter
Para que compartas tus ideas en GOAL.HN

Paso 1 Ingresar a [Twitter.com](https://twitter.com)

Paso 2 Te aparecerá la pantalla de bienvenida a la red social. Selecciona el botón **Iniciar sesión**.

Paso 2

Paso 3 Haz clic en **Iniciar sesión**

Paso 4 En la parte inferior izquierda aparecerá "Iniciar sesión". **Debes darle clic.**

Paso 5 Pero antes de que twitees, **debes ver las reglas para poder escribir un COPIC.**

Paso 6 Hay 3 puntos que tenemos que tener en cuenta al momento de redactar cualquier copy atractivo:

- Pensar en nuestro público objetivo para utilizar un tono de comunicación que sea acorde.
- Identificar temas relevantes para que la audiencia haga clic y comparta la publicación.
- Cambiar la ortografía y la gramática, una coma o un tilde mal puestos pueden cambiar totalmente el significado y la idea.

Alejandra Martínez
Para: Roberto Alvarado, Cc: Roberto Alvarado

Hola Roberto,
Como platicado en llamada, te mando el editable del instructivo para que sigas el layout y estructura de contenido. Cualquier consulta estoy a la orden.

Saludos,
Alejandra Martínez
Graphic Designer

GOAL Honduras
Caj. Caserio Sur, Casa No. 1901, Calle Paseo Virgilio Zapata Rubi
Tegucigalpa, Honduras, C.A.
T: +504 2682 2630 2221-0175 236-2682775
C: +504 2329-4892
Web: www.goalhonduras.org
Reg. Charity Number: 20010980

COVID-19

- Lava las manos frecuentemente con agua y jabón.
- Evita tocar los ojos, nariz y boca.
- Evita el contacto cercano con otras personas.
- Mantén distancia.
- Evita compartir objetos.

Evidencia Tarea 1.2

Expresa tus ideas. Twittea!

GOAL

Alejandra Martínez
Pendientes
Para: Roberto Alvarado

Reunión de Microsoft Teams

Únase desde su equipo o aplicación móvil
[Haga clic aquí para unirse a la reunión](#)

[Infórmese](#) | [Opciones de reunión](#)


Disclaimer GOAL: This communication contains information which may be confidential, personal and/or privileged. It is for the exclusive use of the intended recipient(s). If you are not the intended recipient(s), please note that any distribution, forwarding, copying or use of this communication or the information in it is strictly prohibited. Any personal views expressed in this e-mail are those of the individual sender and GOAL does not endorse or accept responsibility for them. Prior to taking any action based upon this e-mail message, you should seek appropriate confirmation of its authenticity. GOAL is a registered charity in Ireland: Charity Reg No: 20010980, CHY 6271, GOAL (International), trading as GOAL UK, in the United Kingdom: Charity Reg No: 1107403 and GOAL USA Fund in the US as a 501(c)(3) not-for-profit organization and contributions are deductible to the fullest extent

allowed by the law. Archivo adjunto al mensaje

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">05/ Mayo</p>	<p>Tarea 1.1 The salmon of knowledge</p>	<p style="text-align: center;">8 horas</p>	<p>Se solicito que el personaje se viese latino</p>

Evidencia Tarea 1.1


The Salmon Of Knowledge




Instructions

Here you will introduce your class to the salmon of knowledge. All students will have storyboards as you speak, and will have to fill in the blanks in the story. They may also colour in the pictures as they go if they wish.


Boyne River




This is the Salmon of Knowledge. Say hi!



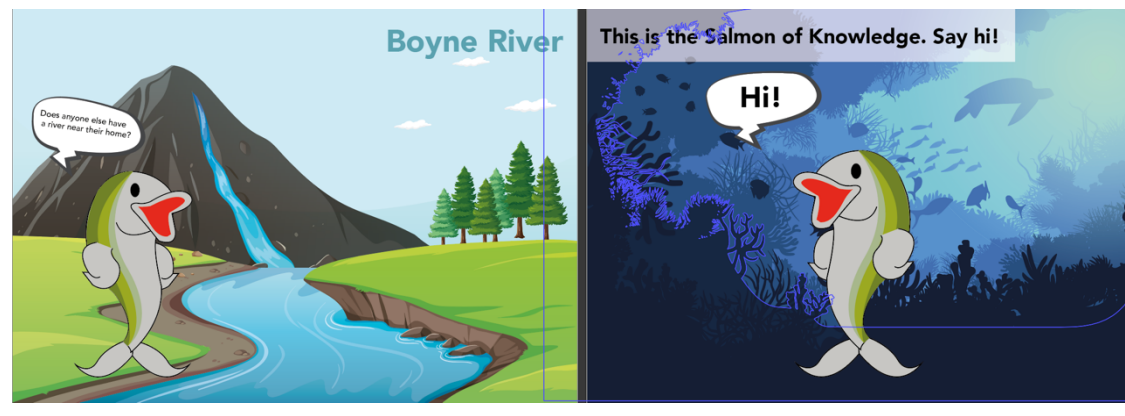
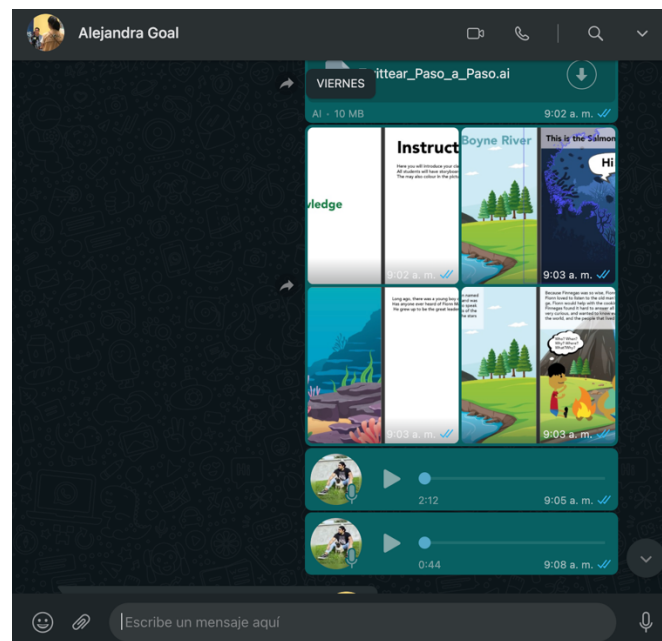
Did you know that salmon are some of the only fish that live in the sea and in rivers? That means that salmon travel from all over Ireland, and off out into the sea too!





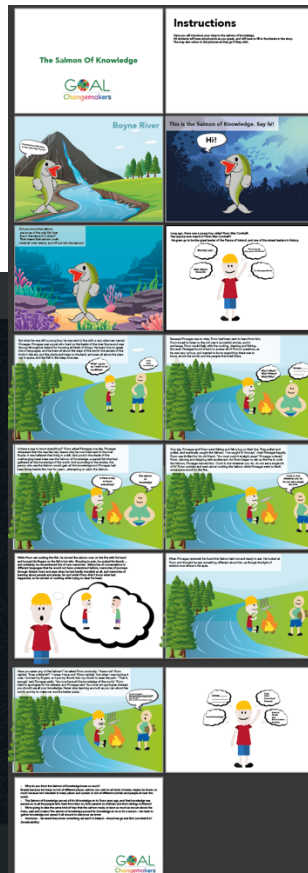
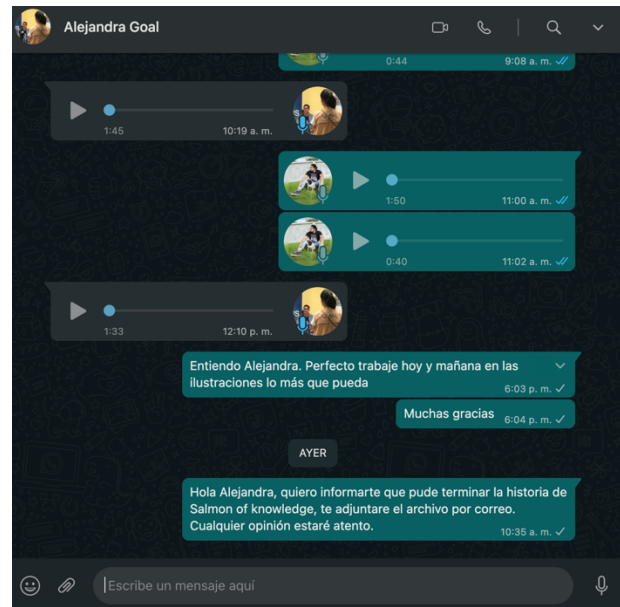
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
06/ Mayo	Tarea 1.1 The salmon of knowledge	7 horas	Se continuo con la realización del cuento

Evidencia Tarea 1.1



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
07/ Mayo	Tarea 1.1 The salmon of knowledge	6 horas	Se culmino con el cuento. Se cambio los personajes debido a una confusión.

Evidencia Tarea 1.1



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: #4	Total de Horas: 40 horas y 10 minutos

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
10/ Mayo	Tarea 1.1 The salmon of knowledge	8 horas	Se solicito rehacer por completo los personajes al igual como realizar una propuesta estilo comic.

Evidencia Tarea 1.1

De: Jessica Sargeant <jsargeant@goal.ie>
 Enviado el: lunes 10 de mayo de 2021 06:59
 Para: Alejandra Martinez <amartinez@hm.goal.ie>
 Asunto: RE: Honduras Blue Resource Requests

Hi Alejandra,

I just wanted to send on the picture of the fish that the video production company are using for the 'dos amigos' story. I know you are working on the illustrations and they are probably very different to this, but just wanted to send it over to you anyway for reference. It would be great if the salmon in the story board could be somewhat similar to this one (grey in colour!)

Thanks,

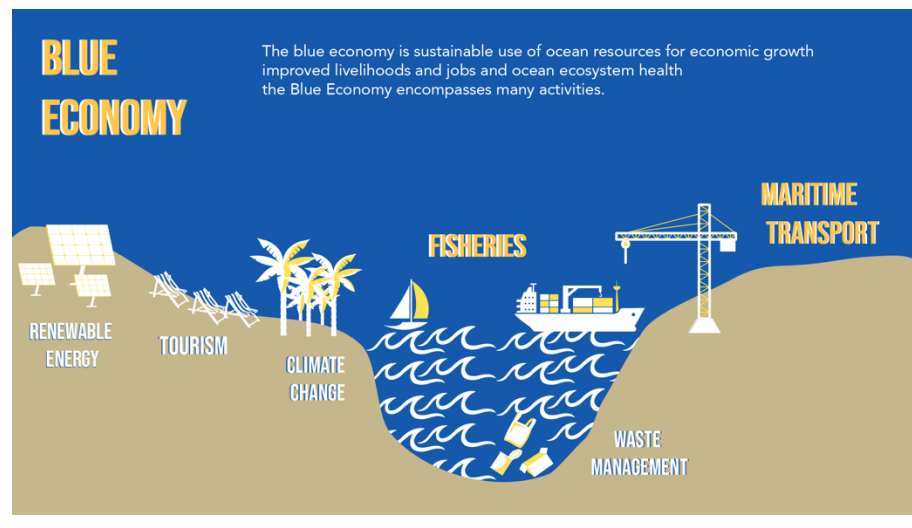
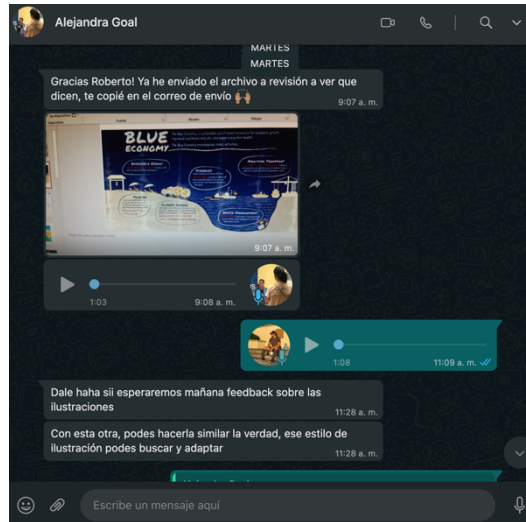
Jessica

Jessica Sargeant
 Development Education Officer
 GOAL Global
 Carnegie House, Library Road
 Durrus Loughrea, Co. Dublin, Ireland
 Landline: +353 1 2809776
 Email: jsargeant@goal.ie
 Web: www.goalglobal.org
 Reg. Charity Number: 20010980



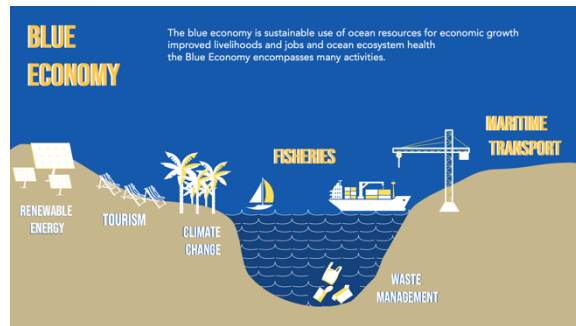
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
11/ Mayo	Tarea 1.1 Blue Economy	4 horas	Se solicito un cambio de arte ya existente.

Evidencia Tarea 1.1

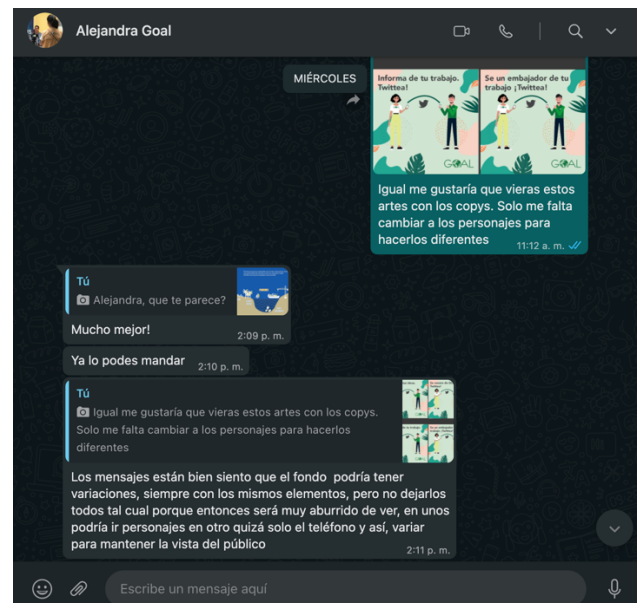


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
12/ Mayo	Tarea 1.1 Blue Economy Tarea 1.2 Artes de como twitrear	1 hora 6 horas	Se cambiaron las olas y el color del fondo del océano. Se solicitaron 10 artes.

Evidencia Tarea 1.1

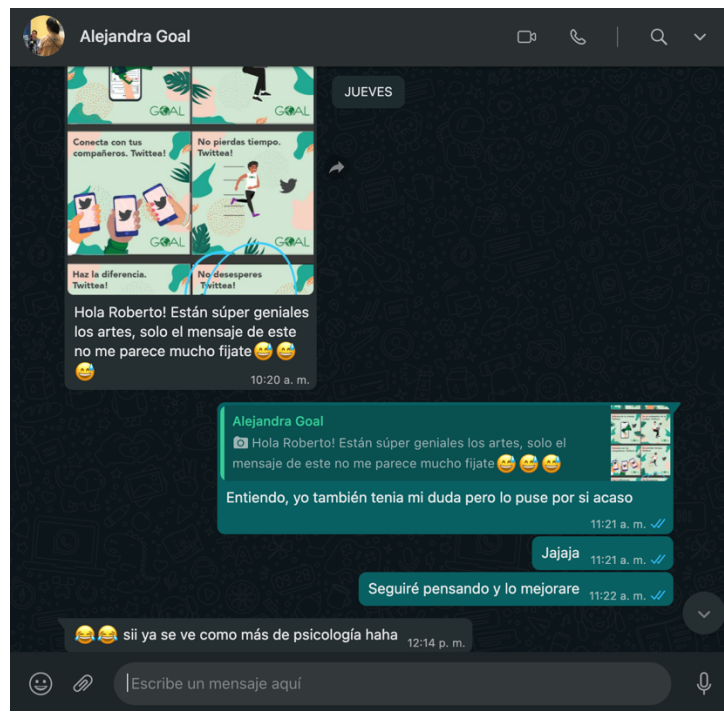


Evidencia Tarea 1.2



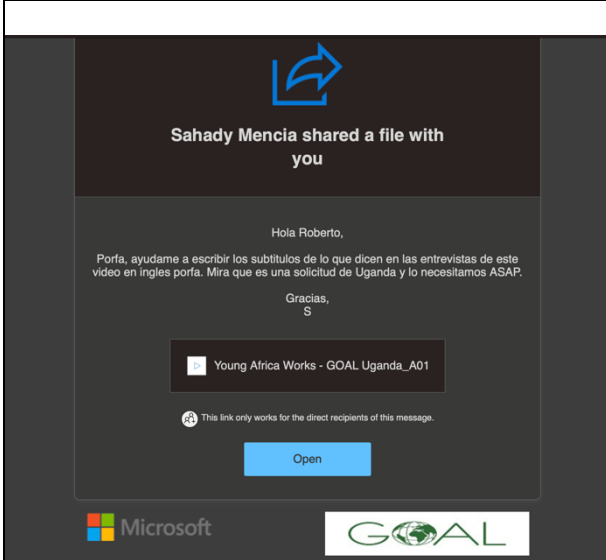
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
13/ Mayo	Tarea 1.1 Artes de como Twittear	7 hora	Se solicitaron cambios y se finalizaron los artes.

Evidencia Tarea 1.1



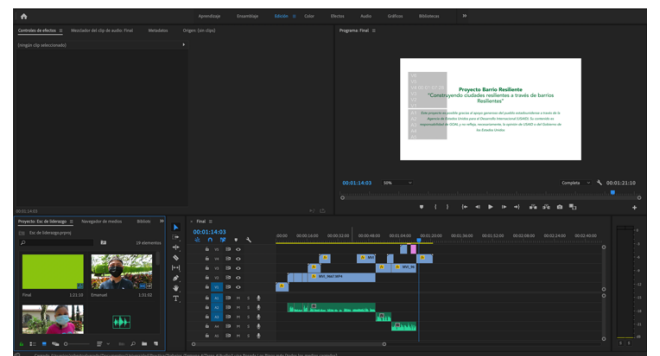
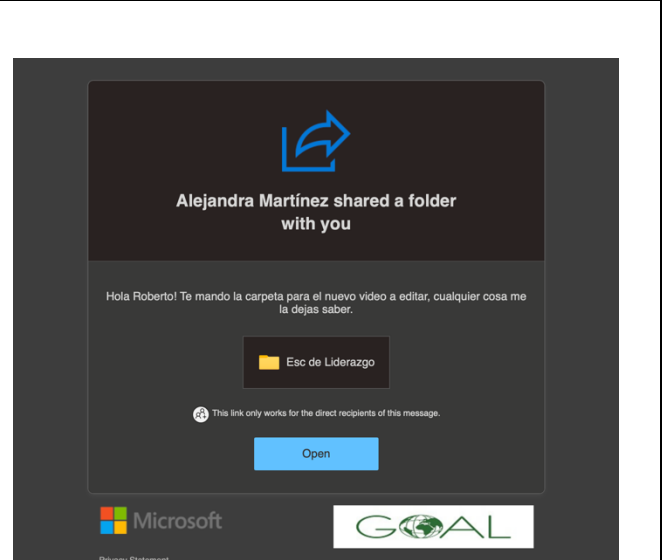
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
14/ Mayo	Tarea 1.1 Subtítulos en ingles	6 hora	Se solicito escribir unos subtítulos de un video en ingles.
	Tarea 1.2 Esc de liderazgo	8 horas	Se edito un video, se espera corrección.

Evidencia Tarea 1.1



Centenary bank
 Centenary bank, is a rural network bank that has seen and supported lots of people, the village the rural people this is their bank you know, they get out here and they say this is our bank, this is the bank that supports the activities that supports the business, they are not scared to come to centenary bank cause they know this is the bank that looks out , how we support them basically depending on when they get out here you got a young farmer, a young business man who is trying to get out to make and meet but we have challenges of capital to improve and boost their business , we have challenges of capital to help them good farming on relative or larger scale a so that is what they come in.
 District team leader
 We have been recruited by the partnership with goal with centenary bank so group that are created by goal and mentorship and culture but we actually give to the youth who are in Agri business we check them through the bank and then we give them the money to boost onto the farming and the different types of farming that they're doing I have actually seen it's really good program is actually based in the villages where the family really goes on and most of what they do and what does this exactly business and all of them are doing the farming so you find that the transformers are best in all the sub counties down in rural areas and we're actually transforming their lives were helping them to believe in themselves that they can do anything.
 Chick Master
 We are chick master we do training on culture management , the basic course of management we also do consultation will give advice to our farmers we supply their own fix to our customers whatever case it might be the problem should just continue because as I just said after that they use them self they have now learned that not even those are the believe that they had about trailer birds this the program that the projector actually broken that work that believe so I recommend the project work to move on and maybe possible to move on and renew so that the youth can see the benefit of the program.
 The Microfinance support center
 The Microfinance support center is a government company which we have two mandate we have two, that is businesswomen services that are mayorly capacity building, we understand that young people need to be guided, we offer skills and enterprise development. We even take them though financial literacy, generally entrepreneur skills to prepare them for the financial option which is the capital that they may need in their various enterprises or undertakings. Our mayor vision is to see them sustainable, active, and productive Ugandans with the youth inclusive by providing affordable and evolving finance, and that is what they are getting.

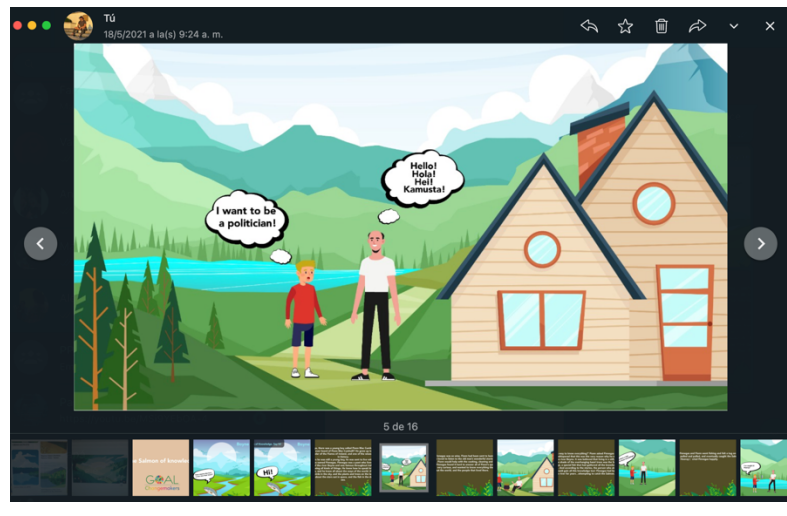
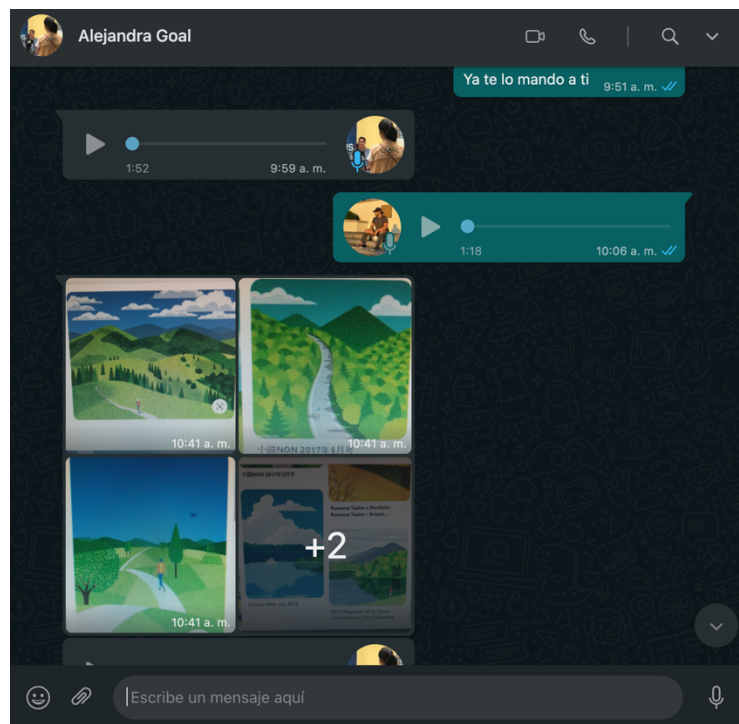
Evidencia Tarea 1.2



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: #5	Total de Horas: 40 horas y 30 minutos

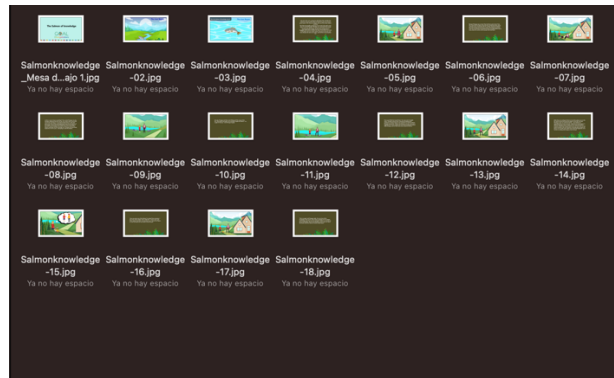
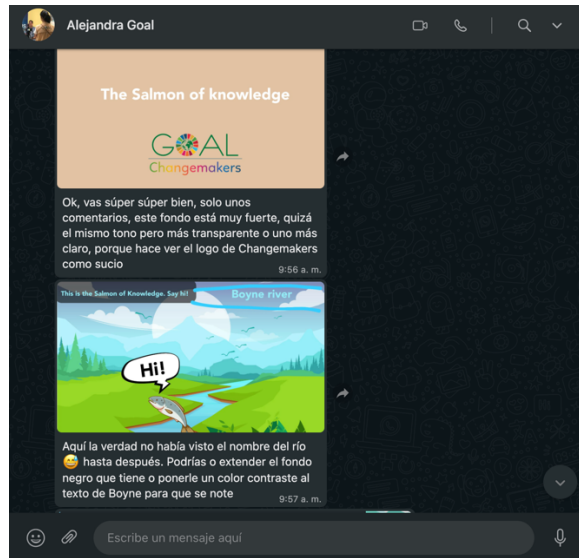
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
17/ Mayo	Tarea 1.1 Salmon of knowledge	7 hora	Se solicito realizar nuevamente la actividad con diferente diseño.

Evidencia Tarea 1.1

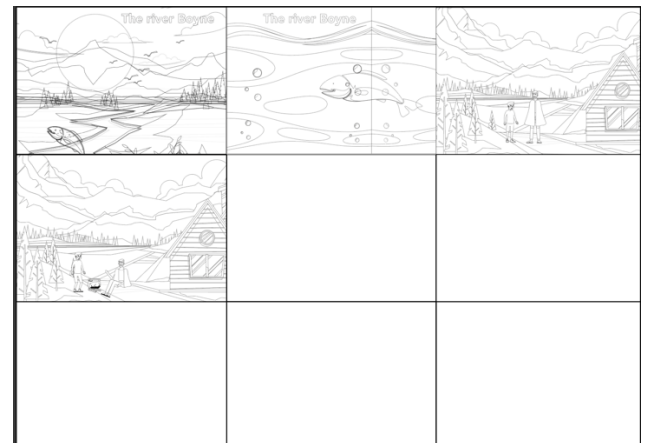
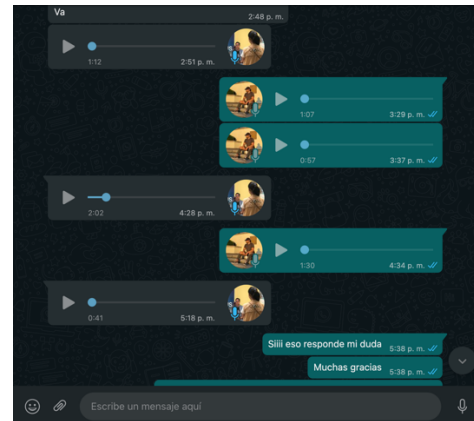


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
18/ Mayo	Tarea 1.1 Salmon of knowledge	3 horas	Se termino el rediseño, se esperan observaciones.
	Tarea 1.2 Colorear Salmon of knowledge	6 horas	Se solicito convertir cada imagen a líneas para que los pupilos puedan colorear.

Evidencia Tarea 1.1




Evidencia Tarea 1.2




Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
19/ Mayo	Tarea 1.1 Salmon of knowledge	3 horas	Con las observaciones proporcionadas se siguió trabajando en las ilustraciones.
	Tarea 1.2 Colorear Salmon of knowledge	4 horas	Se finalizo la hoja de colorear, se esperan observaciones.
	Tarea 1.3 Edición de video escuela de liderazgo	1 hora y 30 minutos	Se trabajo en unas frases solicitadas para el inicio del video.

Evidencia Tarea 1.1

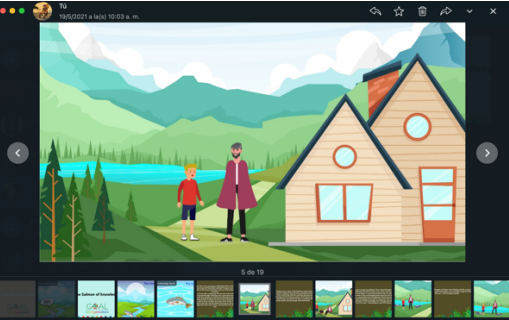
will leave two of them blank (still need to decide which ones). Is it possible to put the pictures from the story all together on the same page? Just small images, and in black and white (so just the line drawings of the scenes without the colour) so they can follow the story by looking at the pictures and then colour them in themselves. Something like the below:



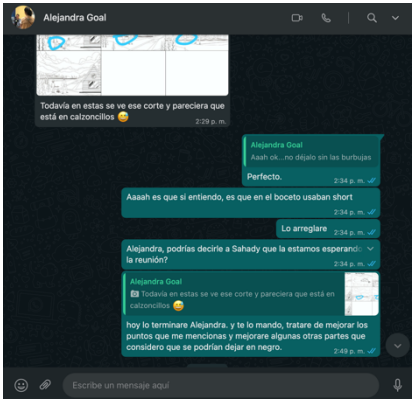
Here is also an example of what we'd like the character Finngeags to look like:



I can hop on a call to discuss if that would be better?
Let me know what you think and if this makes sense ok!
Many thanks!
Jessica



Evidencia Tarea 1.2



Todavía en estas se ve ese corte y pareciera que está en calzoncillos 😊 2:29 p. m.

Alejandra Goal
Asah ok... no déjalo sin las burbujas Perfecto. 2:34 p. m.

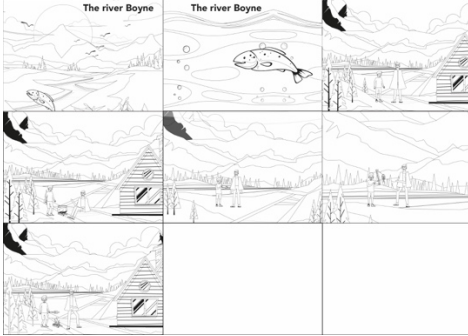
Asah es que si entiendo, es que en el boceto usaban short 2:34 p. m.

Lo arreglare 2:34 p. m.

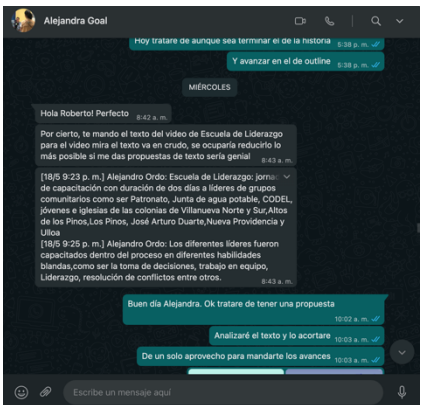
Alejandra, podrías decirle a Sahady que la estamos esperando: la reunión? 2:34 p. m.

Alejandra Goal
Todavía en estas se ve ese corte y pareciera que está en calzoncillos 😊 2:34 p. m.

hoy lo terminare Alejandra, y te lo mando, tratare de mejorar los puntos que me mencionas y mejorare algunas otras partes que considero que se podrían dejar en negro. 2:49 p. m.



Evidencia Tarea 1.3



Hoy tratare de aunque sea terminar el de la historia 9:38 p. m.

Y avanzar en el de outline 9:38 p. m.

MÉRCOLES 8:42 a. m.

Hola Robertel Perfecto 8:42 a. m.

Por cierto, te mando el texto del video de Escuela de Liderazgo para el video mira el texto va en crudo, se ocuparía reducirlo lo más posible si me das propuestas de texto sería genial! 8:43 a. m.

[18/5 9:23 p. m.] Alejandro Ordo: Escuela de Liderazgo: jornadas de capacitación con duración de dos días a líderes de grupos comunitarios como ser Patronato, Junta de agua potable, CODEL, jóvenes e iglesias de las colonias de Villanueva Norte y Sur, Altos de los Pinos, Los Pinos, José Arturo Duarte, Nueva Providencia y Ulloa. 9:23 p. m.

[18/5 9:25 p. m.] Alejandro Ordo: Los diferentes líderes fueron capacitados dentro del proceso en diferentes habilidades blandas, como ser la toma de decisiones, trabajo en equipo, Liderazgo, resolución de conflictos entre otros. 9:43 p. m.

Buen día Alejandra. Ok tratare de tener una propuesta 10:02 a. m.

Analizaré el texto y lo acortare 10:03 a. m.

De un solo aprovecho para mandarte los avances 10:03 a. m.

Escuela de Liderazgo: jornadas de capacitación a líderes de grupos comunitarios como ser Patronato, Junta de agua potable, CODEL, jóvenes e iglesias de las colonias de Villanueva Norte y Sur, Altos de los Pinos, Los Pinos, José Arturo Duarte, Nueva Providencia y Ulloa.

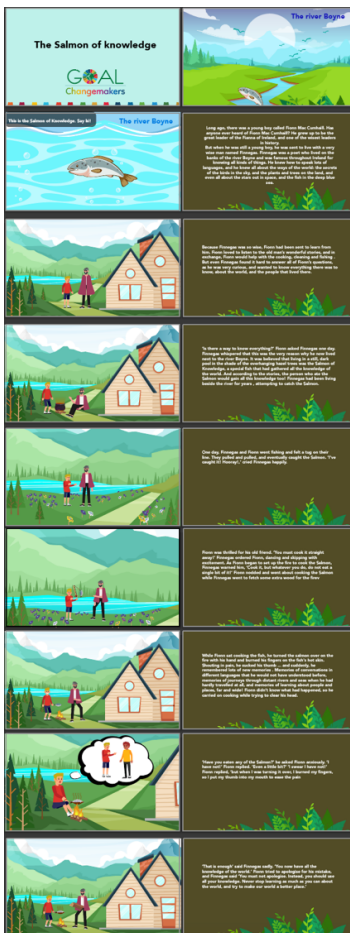
Los diferentes líderes fueron capacitados dentro del proceso en diferentes habilidades, como ser la toma de decisiones, trabajo en equipo, Liderazgo, resolución de conflictos entre otros.

Escuela de liderazgo: Capacitación a líderes de grupos comunitarios para el mejoramiento de habilidades de trabajo en equipo, toma de decisiones, liderazgo y resolución de conflictos

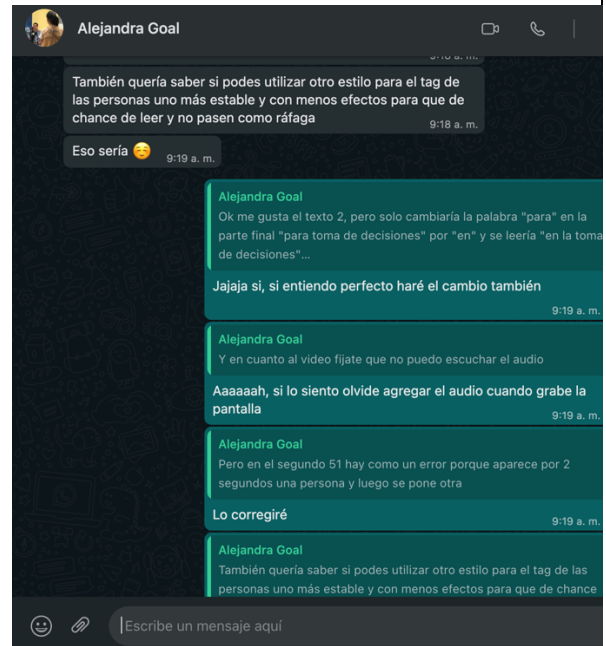
Escuela de liderazgo: Líderes de grupos comunitarios reciben capacitación para lograr mejorar diversas habilidades de trabajo en equipo, liderazgo, resolución de conflictos y toma de decisiones. Para una comunidad más unida y capacitada para toma de decisiones.

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
20/ Mayo	Tarea 1.1 Salmon of knowledge	3 horas	Se solicitaron arreglar ciertos detalles para finalizar la actividad.
	Tarea 1.2 Escuela de liderazgo Títulos	3 horas	Se realizó un rediseño de las tarjetas de presentación de los entrevistados
	Tarea 1.3 Edición de video escuela de liderazgo	3 horas	Se edito el video con la nueva tarjeta de presentación y se coloco música.

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Evidencia Tarea 1.3

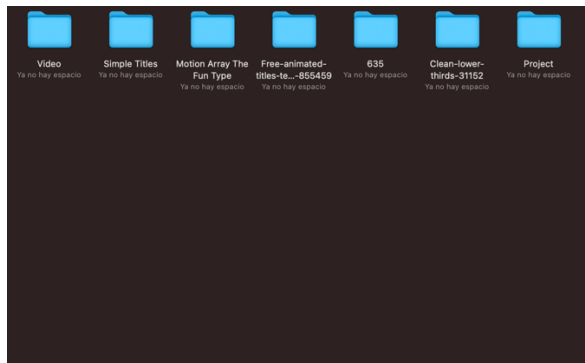
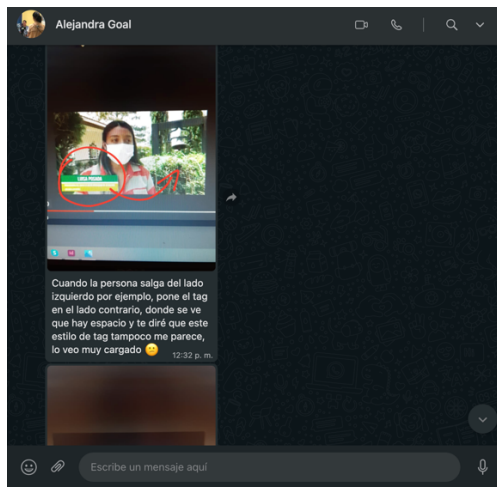
The image shows two screenshots. The top one is a WhatsApp chat conversation with 'Alejandra Goal'. The messages are as follows:

- 9:14 a. m. (Received): "Aaaah entiendo, como que haya más alrededor perfecto"
- 9:14 a. m. (Sent): "Aaaah 😂 vale más hahaha lo siento jajaj tranquila"
- 9:16 a. m. (Received): "Tú Aaaah entiendo, como que haya más alrededor perfecto Porfa sii"
- 9:17 a. m. (Received): "Tú Propuesta de 1. Escuela de liderazgo: Capacitación a líderes de grupos comunitarios para el mejoramiento de habilidades de trabajo en equipo, toma de ... Ok me gusta el texto 2, pero solo cambiaría la palabra "para" en la parte final "para toma de decisiones" por "en" y se leería "en la toma de decisiones" Me explico? 🙏"
- 9:18 a. m. (Received): "Y en cuanto al video fijate que no puedo escuchar el audio"
- 9:18 a. m. (Received): "Pero en el segundo 51 hay como un error porque aparece por 2 segundos una persona y luego se pone otra"

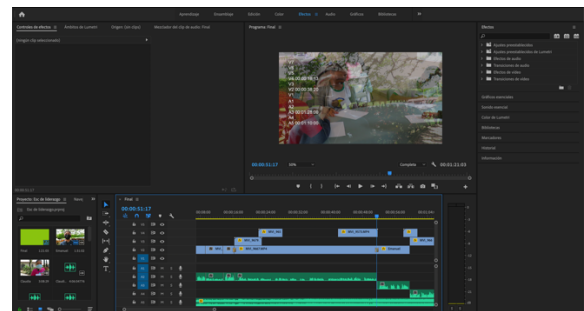
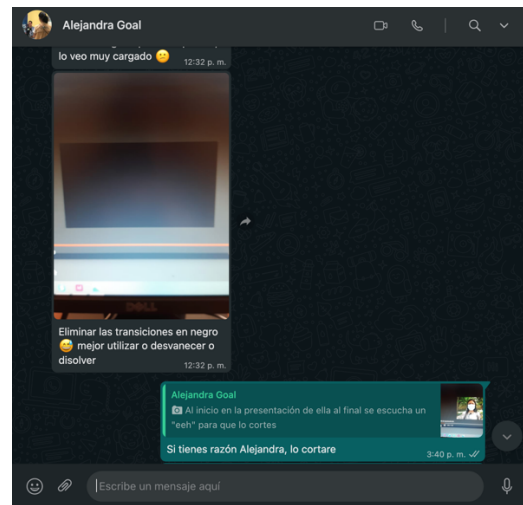
The bottom screenshot shows a video player interface. The video is titled "Programa Final" and is currently at 00:00:14:12. The video shows a person wearing a black face mask and a dark jacket, standing outdoors in front of a building with a red flower bed. Below the video player is a timeline with various colored segments representing different parts of the video.

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
21/ Mayo	Tarea 1.1 Escuela de liderazgo títulos.	4 horas	Se solicito el cambio de las tarjetas de presentación
	Tarea 1.2 Edición escuela de liderazgo	3 horas	Se realizaron pequeños detalles a la edición del video.

Evidencia Tarea 1.1



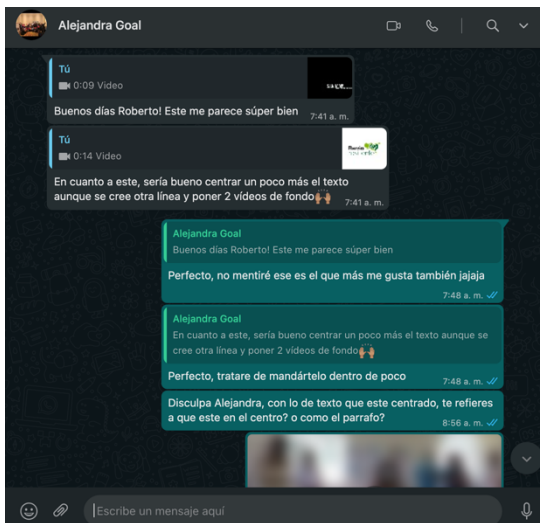
Evidencia Tarea 1.2



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: # 6	Total de Horas: 33 horas

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
24/ Mayo	Tarea 1.1 Edición de escuela de liderazgo	3 horas	Con la agregación de los lower third como la agregación de texto el video esta cerca de ser finalizado.
	Tarea 1.2 Infografía de buenas prácticas agricultura	2 horas	Se solicito la realización de cambios para una infografía ya existente.
	Tarea 1.3 The Salmon of knowledge	4 horas	Se solicito el cambio de la paleta de colores, como cambios en el texto.

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2

De: Fernando Garcia <fgarcia@hn.goal.ie>
Enviado el: miércoles 26 de mayo de 2021 14:27
Para: Alejandra Martínez <amartinez@hn.goal.ie>; paola orellana <pao_orellana81@yahoo.es>
CC: Sahady Mencia <smencia@hn.goal.ie>
Asunto: Re: Material Visibilidad Proyecto

Muchas gracias Ale!

Todos están bien, menos la incorporación oportuna de rastrojos tiene que ser una imagen donde aparecen cultivos marchitos al final de su ciclo, llenos de insectos, plagas desarrollándose

versus:

Un suelo que ya se han incorporado estos rastrojos y se mira lleno de materia orgánica descompuesta y descomponiéndose porque fueron oportunamente los rastrojos (plantas marchitas) incorporados al suelo.

La incorporación de rastrojos busca devolver los restos de cada cosecha al suelo para fomentar la formación de materia orgánica y nuevos nutrientes. Mantener un suelo saludable y fuerte se ha convertido en la mejor alternativa para enfrentar los efectos de la sequía, las erosiones o los periodos muy lluviosos, también ayuda a evitar que se creen hospederos de plagas para los siguientes ciclos de cultivo.

Muchas gracias

Saludos cordiales

Fernando Garcia
 Gerente de proyecto BHA Tormentas

GOAL Honduras
 Col. Castaño Sur, Casa No. 1901, Calle Paseo Virgilio Zelaya Rubi
 Tegucigalpa, Honduras C.A.
 T: +504 2982-5539/ 2221-3175/ 236-2662/75
 C: +504 9344-3594
 Email: fgarcia@hn.goal.ie



Evidencia Tarea 1.3

Para: Alejandra Martínez, Co: Sahady Merica, Roberto Alvarado [Details](#)

Hi Alejandra,

Thank you so much for these. Great job Roberto this is looking great.

I have left a few comments on the attached version. I'm not sure if it's possible, but if we were able to edit the text ourselves that might be easier? No worries if it's not possible.


In terms of the line drawings, they are definitely easier than before, but I think they will still be too complicated for the young children. Even the picture with the shadows on the mountain, I think if the shadows could be taken away and less lines it would be easier for them. Also, the pictures with the houses on them – if the houses didn't have lines on them it might also make it easier?

I think with this age group the simpler the better so let me know if you can make them even more basic, it doesn't matter if they're not exactly like the powerpoint.

Thanks for all your help with these and happy to hop on a call if you would prefer to chat through the changes? Let me know what is easiest for you! 😊

Jessica

Jessica Sargeant
Development Education Officer
GOAL Global
Cullinagh House, Library Road
Dun Laoghaire, Co Dublin, Ireland
Landline: +353 1 2902779
Email: sargeant@goal.ie
Web: www.goal.ie
Reg. Charity Number: 20010980



Wash your hands often with soap and water

Avoid touching your eyes, nose and mouth

Cough and sneeze into your elbow or a tissue



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
27/ Mayo	Tarea 1.1 Logotipo para ANNER.	15 horas	Se realizaron propuestas para el logotipo de ANNER, se realizaron cambios.

Evidencia Tarea 1.1

Buen día Alejandra,
Un gusto saludarte.
Soy Ricardo del Proyecto Barrio Resiliente, estoy trabajando con las redes negocio que hemos formado en las colonias que interviene el proyecto. Estamos impulsando la iniciativa para conformar la Asociación Nacional de Negocios Resilientes, la cual está conformada por alrededor de 80 negocios en la ciudad de Tegucigalpa y en ella hay negocios de distintos rubros como ser: Pasterías, tortillerías, venta de golosinas, achinera entre otros. La Misión de la organización es la de ofrecer oportunidades de desarrollo empresarial y comunitario para resolver problemas de pequeños y medianos negocios a través de los productos y servicios de necesidad comercial y social. Por lo que le solicito por favor su apoyo para la realización de 3 propuestas de diseño para el logotipo de la Asociación Nacional de Negocios Resilientes (ANNER).
La idea de lo que se necesita es crear un isotipo con las siglas ANNER y la imagen que identifique a la asociación.
Algunos conceptos que quizás le puedan dar una idea para el logotipo son los siguientes:



Pienso que se le pueden añadir algunos elementos relacionados a los rubros de los negocios que conforman la red. Actualmente, todos los negocios que conforman las redes están identificados con el siguiente rótulo en sus negocios:



Logos_Mesa de
trabajo 1.png
Ya no hay espacio



Logos-02.png
Ya no hay espacio



Logos-03.png
Ya no hay espacio



Logos-04.png
Ya no hay espacio

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
24/ Mayo	Tarea 1.1 Infografía de día de la higiene menstrual	4 horas	Con la agregación de los lower third como la agregación de texto el video esta cerca de ser finalizado.
	Tarea 1.2 Infografía de buenas practices para la agricultura	2 horas	Se solicito la realización de cambios para una infografía ya existente.
	Tarea 1.3 The Salmon of knowledge colorear	2 horas	Se solicito la simplificación de la pagina para colorear.

Evidencia Tarea 1.1

Nuestra visión:
 Un mundo donde ninguna mujer o niña sea reprimida porque menstrúa...
 ...Donde todos tienen acceso a los productos menstruales de su elección.
 ...Que el estigma sea historia.
 ...Acceso a información sobre la menstruación, así como los cambios de esta.
 ...Se tenga acceso a instalaciones sanitarias amigables para el menstruación.

2030

2021

En la encrucijada:
 Crear un mundo donde la menstruación no es un estigma algo siendo posible, porque el progreso es muy lento, pero podemos esperar a que lo podamos terminar, el regresar al trabajo habitual. Para lograr debemos invertir en la higiene y salud menstrual.

Progreso hacia la terminación del estigma de la menstruación:
 Desde 2016, campañas y colectivos apoyan el día de la Higiene Menstrual (10 días de mes), lo que ayudó a llegar a más de 1,000 millones de personas con mensajes positivos que rompen el estigma y convirtió la menstruación en un tema de tendencia en las redes sociales de todo el mundo. A partir de 2020, el Día de Mes se ha convertido en un movimiento de más de 700 organizaciones asociadas que trabajan juntas para catalizar la conversación, la promoción y la acción.

Progreso hacia la sanitización de agua e infraestructura amigable para la menstruación:
 El proyecto de sanitización de agua e infraestructura logró aumentar el conocimiento de las necesidades menstruales de las mujeres y niñas. Sistemas de monitoreo globales y nacionales están obteniendo información sobre infraestructuras en escuelas que son amigables con la menstruación.

Progreso hacia la finalización de la menstruación de pobreza:
 En el 2020, 36 países accedieron a bajar los impuestos para productos menstruales. Cada vez más países - incluyendo Australia, Francia, India, Italia, Nepal, Nueva Zelanda, España, Sur África y Reino Unido. Proveen de productos para la menstruación en escuelas e instituciones públicas de manera gratuita.

2014

Progreso hacia la educación sobre la menstruación para todos:
 Desde 2014 se ha incrementado el número de gobiernos, ONG, agencias de UN y corporaciones que apoyan sobre la educación menstrual. En 2019 la encuesta #AcciónEducativa reveló que 370 organizaciones trabajan en la salud e higiene menstrual en 124 países. Las organizaciones que apoyan en la salud e higiene menstrual están tomando acciones. En 2019 p.ej., La marca Whisper en India se comprometió a proveer en los próximos 3 años, 50 millones de educación menstrual para niñas.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):
 La salud e higiene menstrual es fundamental para lograr alcanzar un rango de ODS, incluyendo ODS 3, 4, 6, 7, 8 y 10.

Alejandra Goal

Tú
 Si no me equivoco las actividades eran:
 Logos
 Pdf...

Ah ok si en ese orden entonces 9:28 a. m.

Hola Roberto! Como vas? 11:10 a. m.

Hola Alejandra, me faltan dos textos todavía, si quieres puedo mandarte un avance 11:20 a. m. ✓

No tranqui cuando lo tengas todo 11:21 a. m.

Solo para saber 11:21 a. m.

Ah ok ok, lo enviaré al tenerlo listo, hay ciertas cosas que me confunden 11:22 a. m. ✓

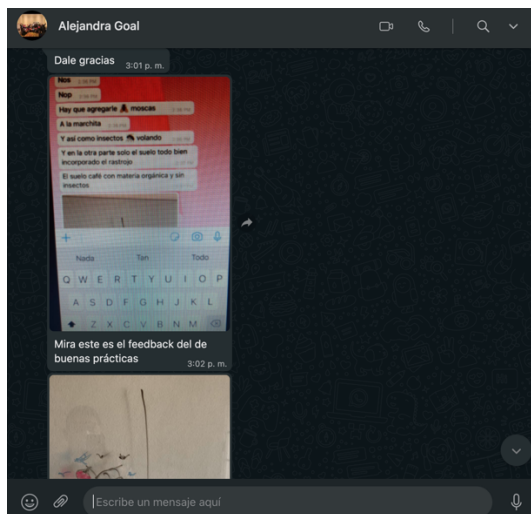
Va 11:26 a. m.

Como cuáles? 11:26 a. m.

Es la de "Progress toward period friendly water & sanitation infrastructure for all" ese es que me confunde por el título y el otro es "Progress towards ending period stigma" 11:29 a. m. ✓

Escribe un mensaje aquí

Evidencia Tarea 1.2



Buenas Prácticas Agrícolas



1 Nada de Quema



2 Cero Labranza



3 Uso de Cultivos de Cobertura



4 Incorporación de Rastrojos

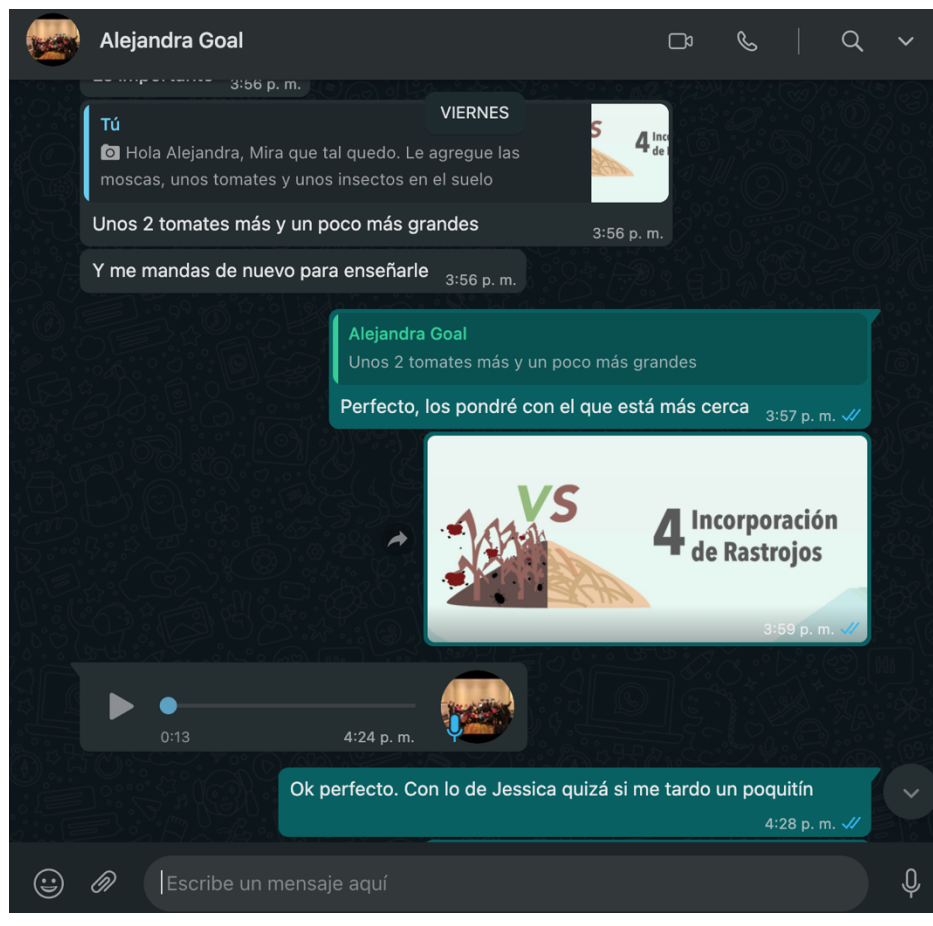
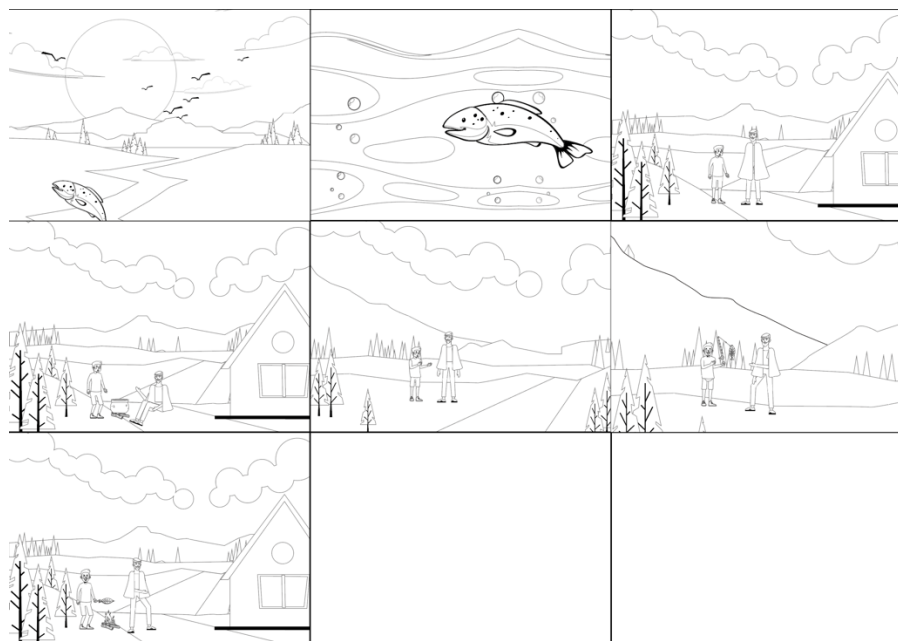


5 Conservación de Suelos y Agua



6 Densidades de Siembra

Evidencia Tarea 1.3



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: # 7	Total de Horas: 47 horas

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
31/ Mayo	Tarea 1.1 The Salmon of knowledge	5 horas	Se solicito el cambio de color en ciertas escenas, así como el cambio de texto, igualmente se realizo una presentación en powerpoint con el texto editable.
	Tarea 1.2 Infografía sobre comunicación	7 horas	Se solicito una infografía sobre comunicación, se recopilo información y se condenso.

Evidencia Tarea 1.1

Jessica Sargeant 27 de mayo de 2021 a las 8:20 a. m.
 RE: Video and Salmon story
 Para: Alejandra Martínez, Cc: Sahady Mencia, Roberto Alvarado

Hi Alejandra,

Thank you so much for these. Great job Roberto this is looking great.

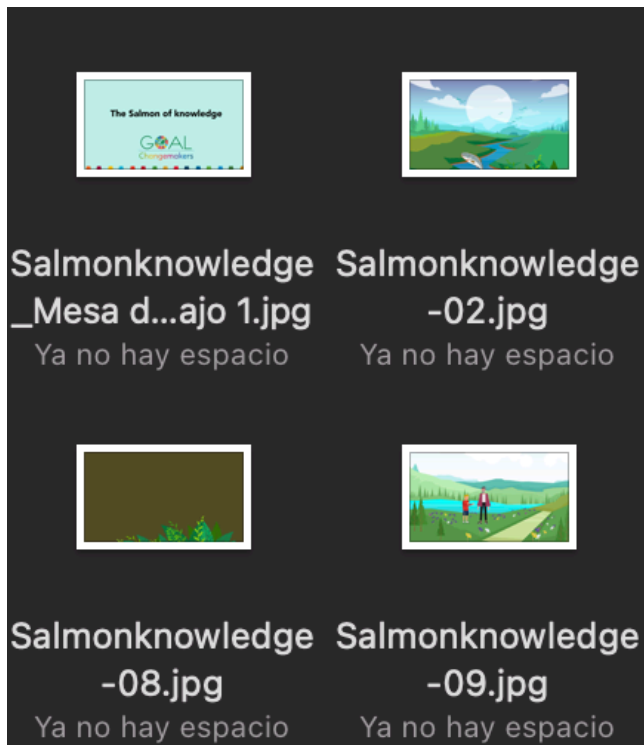
I have left a few comments on the attached version. I'm not sure if it's possible, but if we were able to edit the text ourselves that might be easier? No worries if it's not possible.

In terms of the line drawings, they are definitely easier than before, but I think they will still be too complicated for the young children. Even the picture with the shadows on the mountain, I think if the shadows could be taken away and less lines it would be easier for them. Also, the pictures with the houses on them – if the houses didn't have lines on them it might also make it easier?

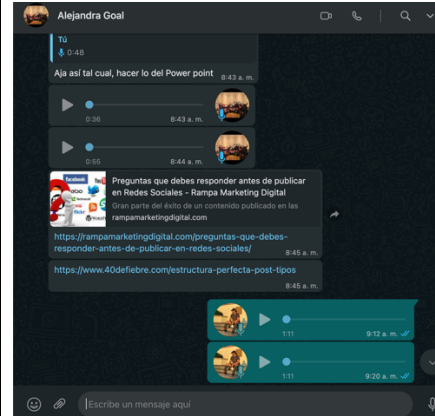
I think with this age group the simpler the better so let me know if you can make them even more basic, it doesn't matter if they're not exactly like the powerpoint.

Thanks for all your help with these and happy to hop on a call if you would prefer to chat through the changes? Let me know what is easiest for you! 😊

Jessica

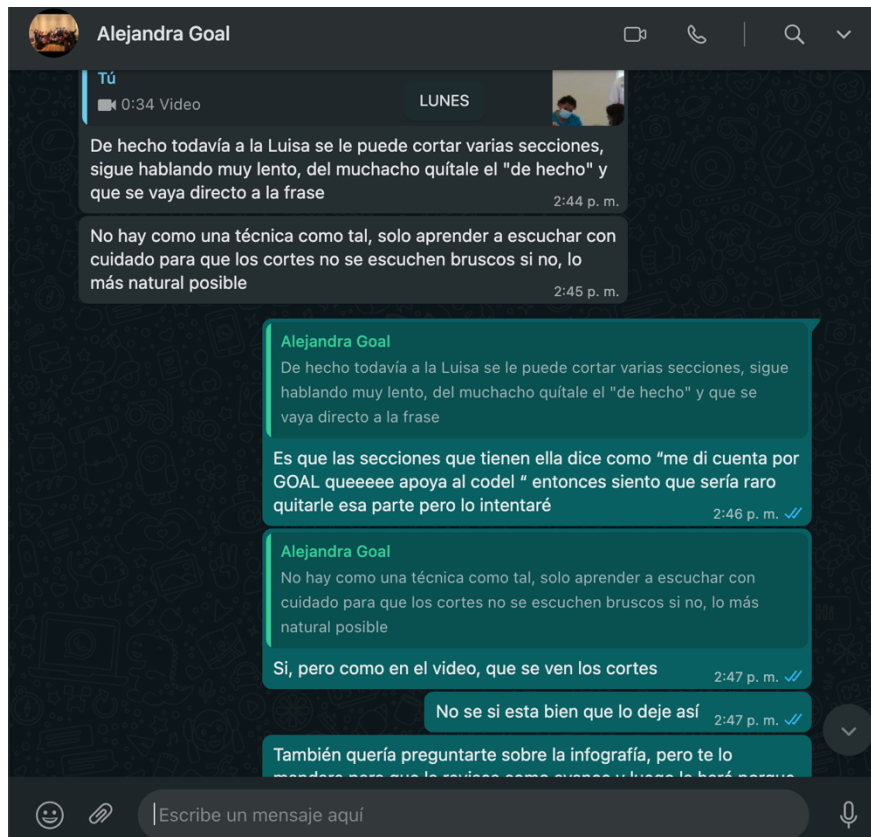


Evidencia Tarea 1.2



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
2/ Junio	Tarea 1.1 Edición escuela de liderazgo.	8 horas	Se realizó cortes en el video y audio nuevos.

Evidencia Tarea 1.1



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
2/ Junio	Tarea 1.1 Logos para ANNER	9 horas	Se realizó cambios en los elementos de los logos.

Evidencia Tarea 1.1

En el caso de la segunda propuesta pensamos que sería apropiado reemplazar algunos elementos (no todos) de ferreterías y cambiarlos por elementos de canasta básica, como por ejemplo granos o verduras, ya que estos son los productos esenciales de los negocios miembros de la asociación.
Finalmente, en la 3ra opción, se puede cambiar el color azul por el rojo que se utiliza en el logo de Negocios Resilientes.

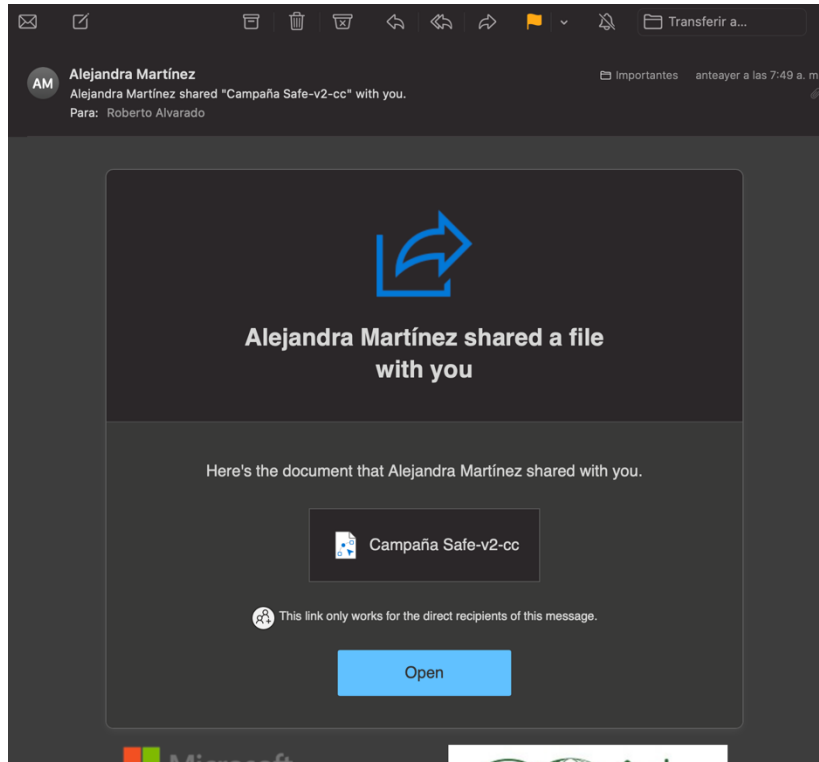
Agradecemos su valioso apoyo.

Atte



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
3/ Junio	<p>Tarea 1.1 Cambio de tamaño para campaña de malas prácticas.</p> <p>Tarea 1.2 Texto para cierre de video de escuela de liderazgo</p>	<p>7 horas</p> <p>2 horas</p>	<p>Se realizó el cambio de tamaño para la campaña en un nuevo</p> <p>Se solicito un texto para el cierre del video.</p>

Evidencia Tarea 1.1

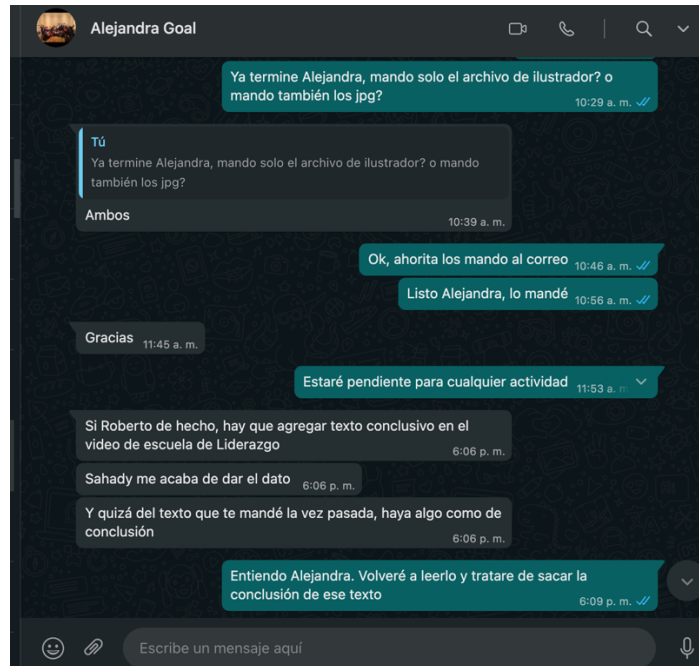


**No normalicemos el fraude.
¡DENUNCIA!**

Escribe a goalteescucha@hn.goal.ie
Para reportar casos de abuso (físico, psicológico o sexual) escribe a
camador@hn.goal.ie/cjportillo@hn.goal.ie
Si prefieres informar directamente a la sede escribe a speakup@goal.ie



Evidencia Tarea 1.2



Capacitación principalmente beneficiando a comunidades como, Patronato, Junta de agua potable, CODEL, Jóvenes e iglesias de las colonias de Villanueva Norte y Sur, Altos de los pinos, Los Pinos, José Arturo Duarte, Nueva Providencia y Ulloa.

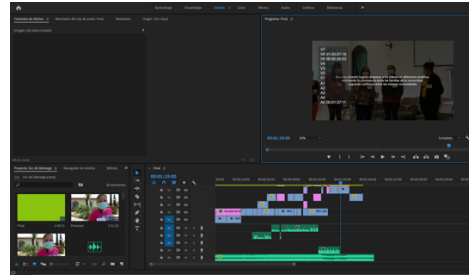
La capacitación lograra preparar a los líderes en diferentes ámbitos, mejorando la convivencia entre las familias de la comunidad. Logrando confianza entre las mismas comunidades.

Capacitación principalmente beneficiando a comunidades como, Patronato, Junta de agua potable, CODEL, Jóvenes e iglesias de las colonias de Villanueva Norte y Sur, Altos de los pinos, Los Pinos, José Arturo Duarte, Nueva Providencia y Ulloa. Generando mayor confianza entre las comunidades y volviéndolas **más** unidas entre ellas.

Evidencia Tarea 1.1



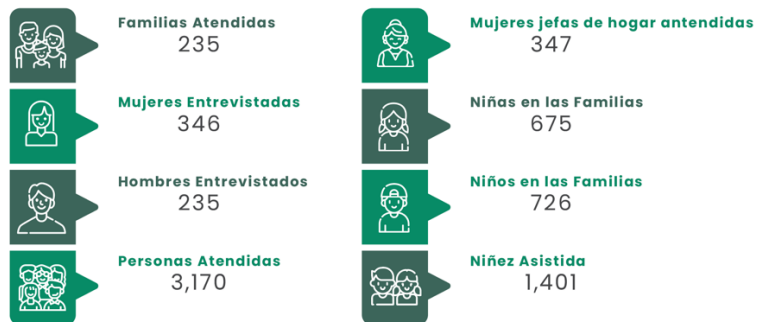
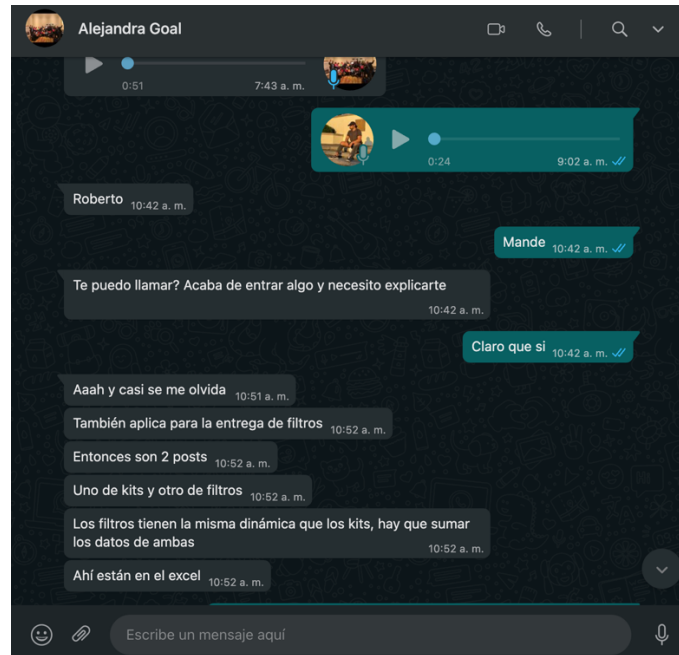
Evidencia Tarea 1.2




Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: # 8	Total de Horas: 30 horas

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
6/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre paquetes de ayuda	12 horas	Se solicito la realización de una infografía sobre ayuda internacional.

Evidencia Tarea 1.1



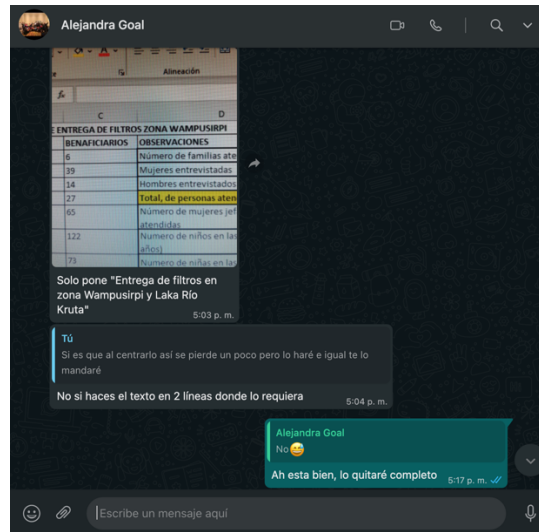
 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
7/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre paquetes de ayuda	6 horas	Se realizaron ciertos cambios a la infografía.

Evidencia Tarea 1.1



Entrega de kits de higiene en Auhia Pauni, Brans, Lim Takban, Awas tingni, Bil Almuk, Kurhpa, Tukrun, Baikanta, Umru, Markit, Siakualaya, Warbantara, Yulu, Pukru, Kaurhtara, Krahkra, Kinia, Tuhralaya, Uhsan.



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
8/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre paquetes de ayuda	12 horas	Se realizó una segunda infografía, se agrego el título y se entregó. Se esperan observaciones.

Evidencia Tarea 1.1

CUADRO DE ENTREGA DE KIT DE HIGIENE FAMILIAR ZONA LAKA RÍO KRUTA Y ZONA WAMPUSIRPI



ENTREGA DE FILTROS PARA AGUA ZONA LAKA RÍO KRUTA Y ZONA WAMPUSIRPI



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

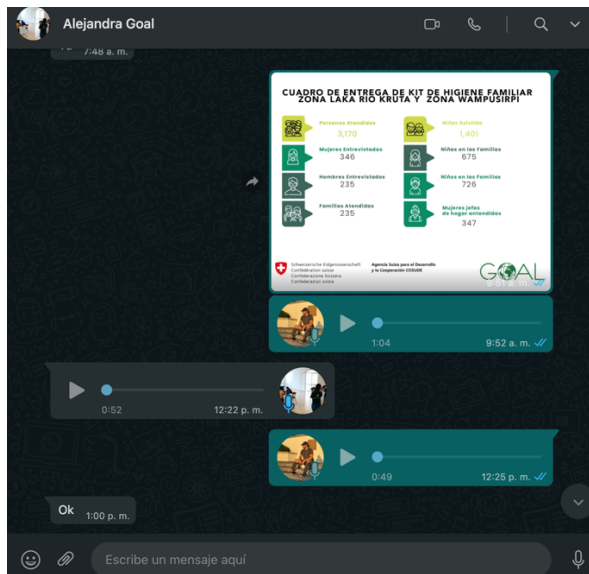
Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: # 9	Total de Horas: 56 horas


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
14/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre paquetes de ayuda	10 horas	Se debió rediseñar toda la propuesta ya que no cumplía con las expectativas.

Evidencia Tarea 1.1



CUADRO DE ENTREGA DE KIT DE HIGIENE FAMILIAR ZONA LAKA RIO KRUTA Y ZONA WAMPUSIRPI



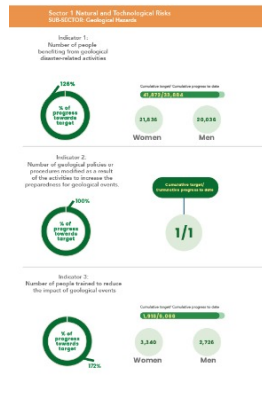
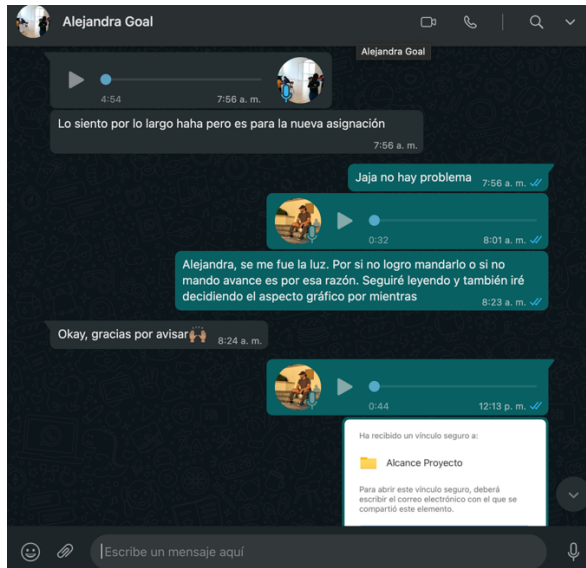
 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE



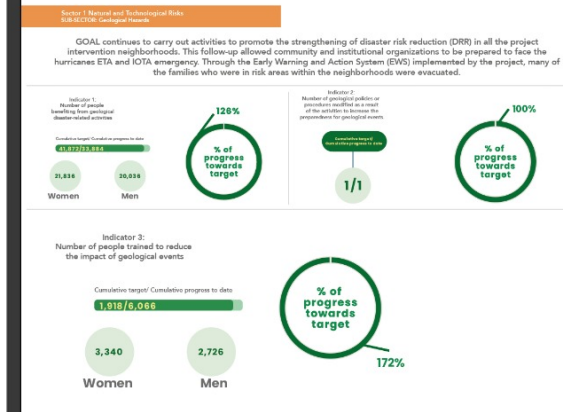
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">15/ Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Infografía sobre datos de actividades de GOAL</p>	<p style="text-align: center;">10 horas</p>	<p>Se solicito el diseño de una infografía con datos proporcionados por GOAL.</p>

Evidencia Tarea 1.1



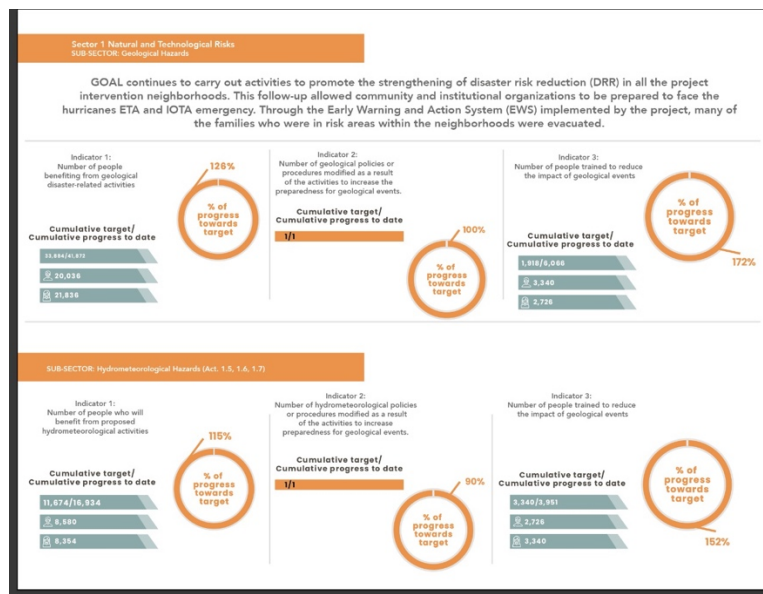
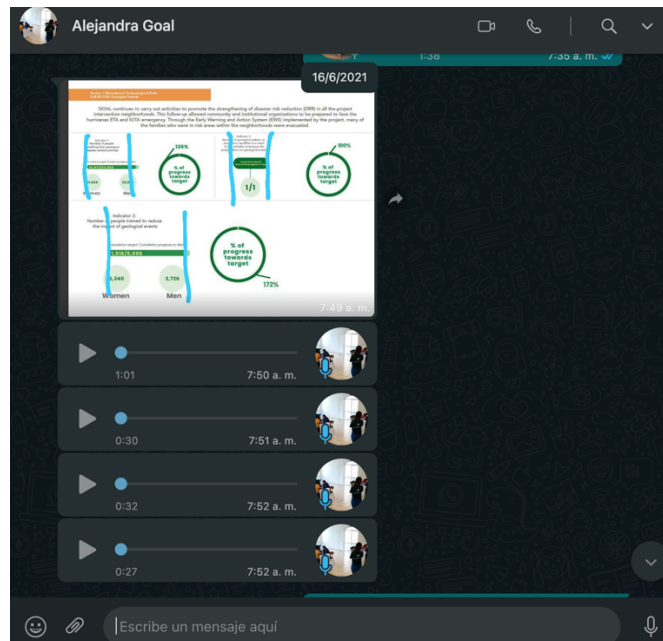
Objetivos del proyecto

GOAL continues to carry out activities to promote the strengthening of disaster risk reduction (DRR) in all the project intervention neighborhoods. This follow-up allowed community and institutional organizations to be prepared to face the hurricanes ETA and IOTA emergency. Likewise, the fissure meters were installed in key places. In Altos de Los Pinos, the fissure meter was installed in the "La Antena" sector, which served to identify blocks of land vulnerable to landslides. In conclusion, due to these monitoring tools, it will be possible to identify specific landslides, by monitoring earth fractures or displacement of the blocks that could cause harm to people living in these critical areas.



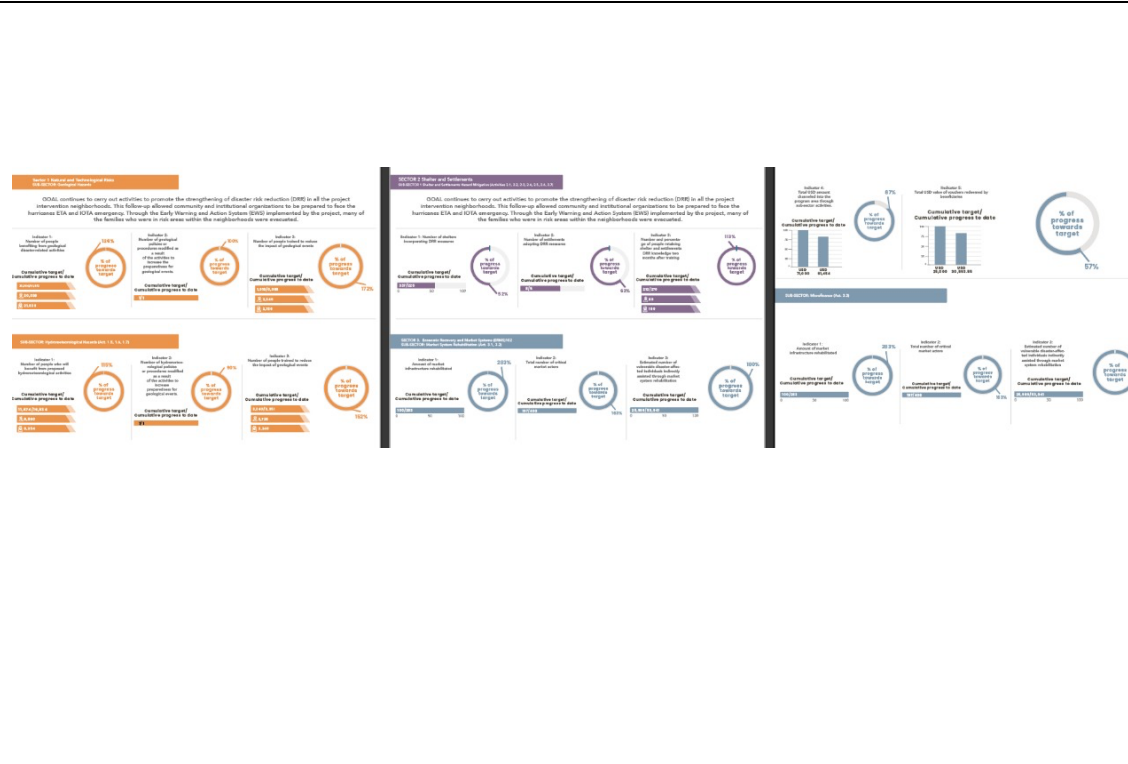
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
16/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre datos de actividades de GOAL	12 horas	Se solicito rediseño de ciertos aspectos, así como una diferente paleta de colores

Evidencia Tarea 1.1



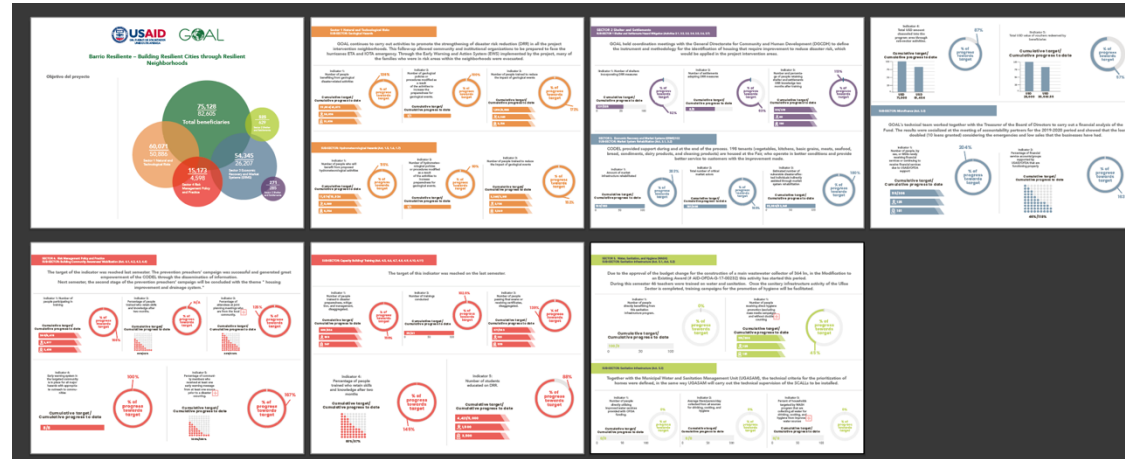
Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">17/ Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Infografía sobre datos de actividades de GOAL</p>	<p style="text-align: center;">10 horas</p>	<p>Se continuó trabajando en la infografía.</p>

Evidencia Tarea 1.1

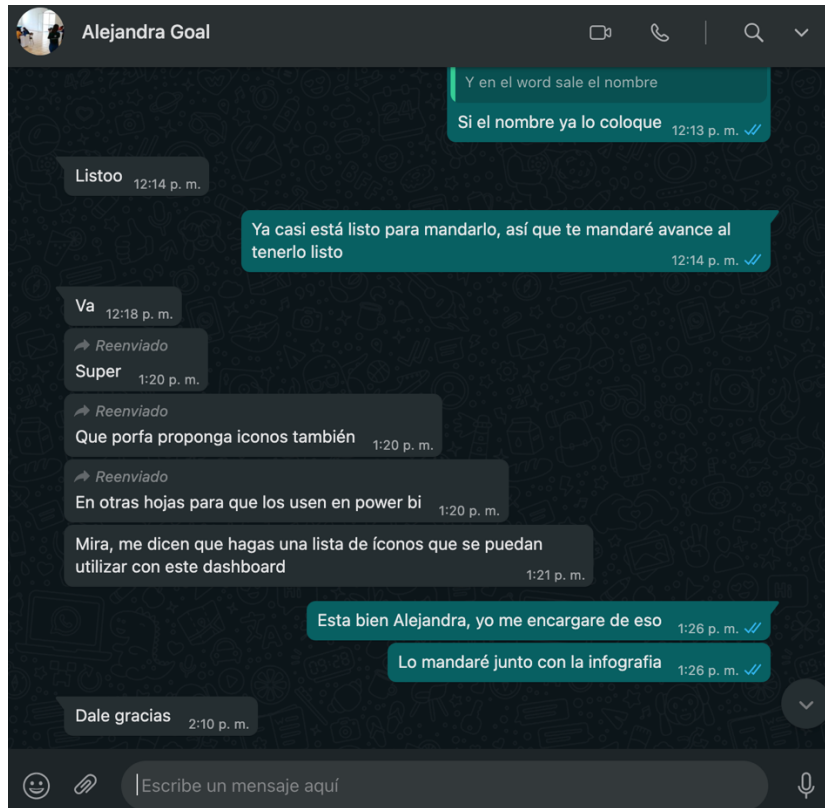


Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">17/ Junio</p>	Tarea 1.1 Infografía sobre datos de actividades de GOAL	8 horas	Se concluyo la infografía
	Tarea 1.2 Base de íconos para el uso de la infografía	6 horas	Se solicito realizar una pagina con íconos para el uso en posteriores trabajos.

Evidencia Tarea 1.1



Evidencia Tarea 1.2



Universidad tecnológica Centroamericana	
Práctica Profesional	
Escuela de Arte y Diseño (EA&D)	
Nombre del Estudiante: Roberto Enrique Alvarado Licona	Nombre del lugar de práctica: GOAL Internacional
Semana: # 10	Total de Horas: horas 35 horas

Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
21/ Junio	Tarea 1.1 Infografía sobre datos de COVID-19	10 horas	Se solicito una infografía con datos sobre el COVID-19

Evidencia Tarea 1.1

Para: Alejandra Martínez <amartinez@hn.goal.ie>; Sahady Mencia <smencia@hn.goal.ie>
 Asunto: Información del censo

Buen día, Alejandra

Agradezco tu apoyo para contar con diseño o plantilla para ubicar estos datos del censo de familias en riesgo, con el interés de informar en redes sociales (esto es una parte de los resultados).
 Quedo atenta de tu colaboración.

Sld

	Cinco de enero	José Antonio Galán
Número de encuestas	102	129
Genero	Femenino: 69 Masculino: 33	Femenino:90 LGBTIQ+: 1 Masculino:38
¿A quién se está entrevistando?	Hogar: 90 Negocio/tiendas: 9 ND: 3	Hogar:84 Negocio/tienda:40 ND: 5
¿Usted se ha cuidado para prevenir el COVID-19?	No: 3 Si: 96 ND: 3	No: 9 Si:115 ND: 5
¿Ha recibido elementos de protección personal (tapabocas u otros) para prevenir el COVID-19?	No:74 Si:25 ND: 3	No: 87 Si: 37 ND: 5

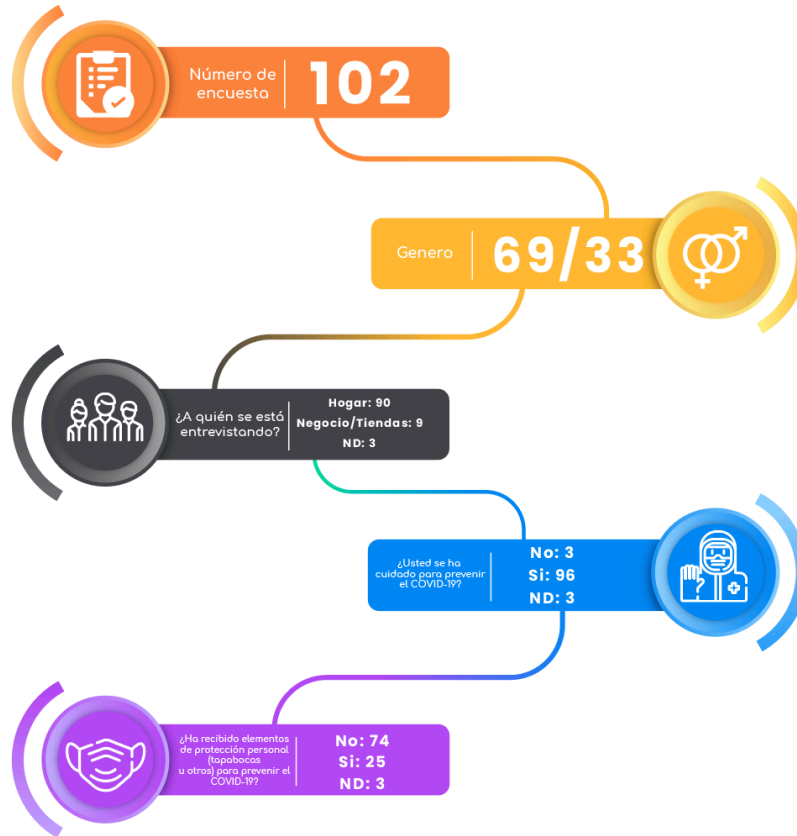
Disclaimer GOAL: This communication contains information which may be confidential, personal and/or privileged. It is for the exclusive use of the intended recipient(s). If you are not the intended recipient(s), please note that any distribution, forwarding, copying or use of this communication or the information in it is strictly prohibited. Any personal views expressed in this e-mail are those of the individual sender and GOAL does not endorse or



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">22/ Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Infografía sobre datos de COVID-19</p>	<p style="text-align: center;">9 horas</p>	<p>Se solicito un rediseño de toda la infografía.</p>

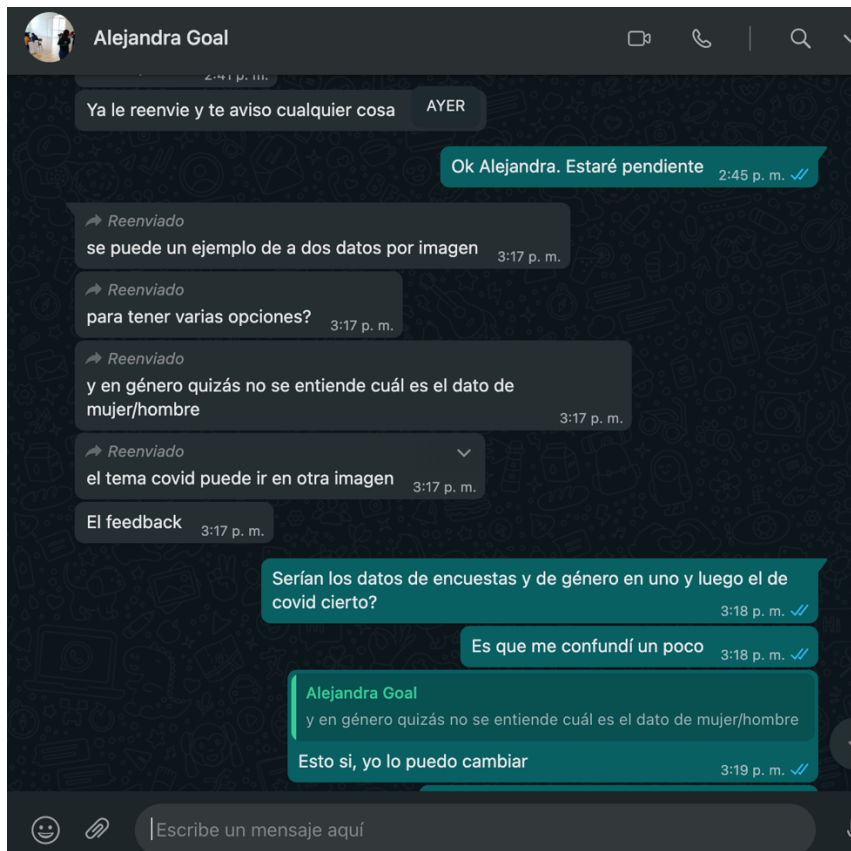
FAMILIAS EN RIESGO

CINCO DE ENERO



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">23/ Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Infografía sobre datos de COVID-19</p>	<p style="text-align: center;">9 horas</p>	<p>Se solicito la agregación de 2 datos por pagina.</p>

Evidencia Tarea 1.1



Detalle de la actividad	Tareas realizadas	Tiempo invertido	Observaciones
<p style="text-align: center;">25/ Junio</p>	<p>Tarea 1.1 Post para redes sociales sobres actividades</p>	<p style="text-align: center;">7 horas</p>	<p>Se solito la realización de 2 post para redes sociales a base de un video.</p>

Evidencia Tarea 1.1

