

**DESARROLLO DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS PARA
DIVERSOS MEDIOS DEL **amb** S.A ESP.**

PAULA ANDREA HIGUERA SANTAMARIA

ID: 000345546

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO
BUCARAMANGA**

2021

**DESARROLLO DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS PARA
DIVERSOS MEDIOS DEL amb S.A ESP.**

PAULA ANDREA HIGUERA SANTAMARIA

ID: 000345546

**DOCUMENTO PRESENTADO COMO PLAN DE TRABAJO DE LA PRÁCTICA
EMPRESARIAL**

DOCENTE SUPERVISOR

CRISTIAN DAVID CEBALLOS TORRES

SUPERVISOR EMPRESARIAL

GERARDO BOHÓRQUEZ ANGARITA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO
BUCARAMANGA**

2021

Tabla de contenido

Introducción	10
Información de la Empresa	11
Descripción de la empresa	11
Planteamiento del Problema	12
Metodología	13
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
Marco Teórico.....	15
Técnicas de composición	15
La composición, el concepto.....	¡Error! Marcador no definido.
Las proporciones, la forma, el tamaño	15
La escala.....	15
Algo más que medidas	16
La sección áurea.....	16
El equilibrio en una composición	17
Principios del diseño	17
Equilibrio	18
Contraste	18
Patrón	18
Ritmo.....	18
Énfasis.....	18
Proporción.....	18

Unidad.....	18
Psicología de los colores primarios.....	19
Amarillo.....	19
Rojo.....	19
Colores secundarios y terciarios.....	19
Verde.....	19
Morado.....	19
Rosa.....	20
Blanco.....	20
Café.....	20
Naranja.....	20
Colores en la publicidad.....	20
Verde.....	20
Azul.....	20
Rojo.....	20
Rosa.....	21
Marco Tecnológico.....	22
Adobe Illustrator.....	22
Adobe Photoshop.....	22
Adobe Premier Pro.....	22
Adobe Indesign.....	22
Resultados.....	23
Conclusiones.....	36

Referencias Bibliográficas 37

Lista de Figuras

Figura 1. Esquema de división de las gerencias del amb.....	11
---	----

Lista de tablas

Tabla 1. 105 años de Bienestar	23
Tabla 2. 105 años de Territorios de Bienestar	24
Tabla 3. 105 años de Territorios de Bienestar	25
Tabla 4. Reto Naturalista Urbano	26
Tabla 5. Reto Naturalista Urbano	27
Tabla 6. Campaña de sensibilización SIG	28
Tabla 7. Propuesta Logo SIG	29
Tabla 8. Banner capacitación interna.....	30
Tabla 9. Banner convocatorias internas amb	31
Tabla 10- Propuesta de Logos SIG	32
Tabla 12 Estamos de su lado.....	33
Tabla 13. Propuesta de logo Centro de Investigación del Agua	34
Tabla 14. Diseño camisetas.....	35

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DESARROLLO DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS PARA DIVERSOS MEDIOS DEL amb S.A ESP.

AUTOR(ES): PAULA ANDREA HIGUERA SANTAMARIA

PROGRAMA: Facultad de Diseño Gráfico

DIRECTOR(A): CRISTIAN DAVID CEBALLOS TORRES

RESUMEN

Este documento presenta el trabajo desarrollado en la práctica empresarial en el Acueducto Metropolitano de Bucaramanga, como practicante de diseño gráfico. La empresa brinda los espacios y las temáticas para cumplir con la fase de aprendizaje donde el practicante ejecuta las funciones relacionadas con el área de prensa y comunicaciones. El propósito de la práctica empresarial es generar y desarrollar piezas que permitan la comunicación tanto interna como externa de la empresa del Acueducto. La práctica en la empresa, no solo ayudó a aplicar las teorías aprendidas en la Universidad, si no que adicional a esto ayuda a entrar en la realidad del mundo laboral. Finalmente, este proceso de práctica logra de manera directa hacer mas apto al practicante para su futuro profesional.

PALABRAS CLAVE:

Práctica, diseño gráfico, Acueducto Metropolitano de Bucaramanga

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: DEVELOPMENT OF INTERNAL AND EXTERNAL COMMUNICATIONS
FOR DIVERSE MEDIA DEL AMB S.A ESP.

AUTHOR(S): PAULA ANDREA HIGUERA SANTAMARIA

FACULTY: GRAPHIC DESIGN FACULTY

DIRECTOR: CRISTIAN DAVID CEBALLOS TORRES

ABSTRACT

This document presents the work developed in the business practice at the Metropolitan Aqueduct of Bucaramanga, as a graphic design practitioner. The company provides the spaces and topics to fulfill the learning phase where the practitioner executes the functions related to the press and communications area. The purpose of the business practice is to generate and develop pieces that allow both internal and external communication of the Aqueduct company. The practice in the company, not only helped to apply the principles learned in the university, but additionally to this it helps to enter the reality of the world of work. Finally, this practice process directly manages to make the practitioner more suitable for their professional future.

KEYWORDS:

Practical, graphic design, Acueducto Metropolitano de Bucaramanga

Introducción

Las prácticas profesionales proveen oportunidades para los estudiantes, ya que les permiten ganar experiencia en el ámbito laboral, determinar si poseen interés en alguna carrera en particular, crear una red de contactos, o bien ganar méritos de tipo académico. Las prácticas también proveen a los patrones de mano de obra barata o gratuita, útil para la realización de tareas sencillas. De igual forma, también ayudan a ir identificando practicantes proclives a ser contratados por la compañía una vez que hayan terminado su educación, con la ventaja de que requerirían muy poco o ningún entrenamiento.

El Diseño gráfico actualmente tiene un gran peso en el mercado y en la industria, ya busca transmitir un mensaje determinado por medio de ideas creativas que permitan la comunicación correcta y estratégica de un mensaje, utilizando herramientas que le permitan desarrollarse completamente. Como diseñador gráfico, se tiene como tarea, seleccionar los elementos necesarios para proyectar y producir un mensaje claro, que se adapte al canal necesario cumpliendo con todos los objetivos propuestos.

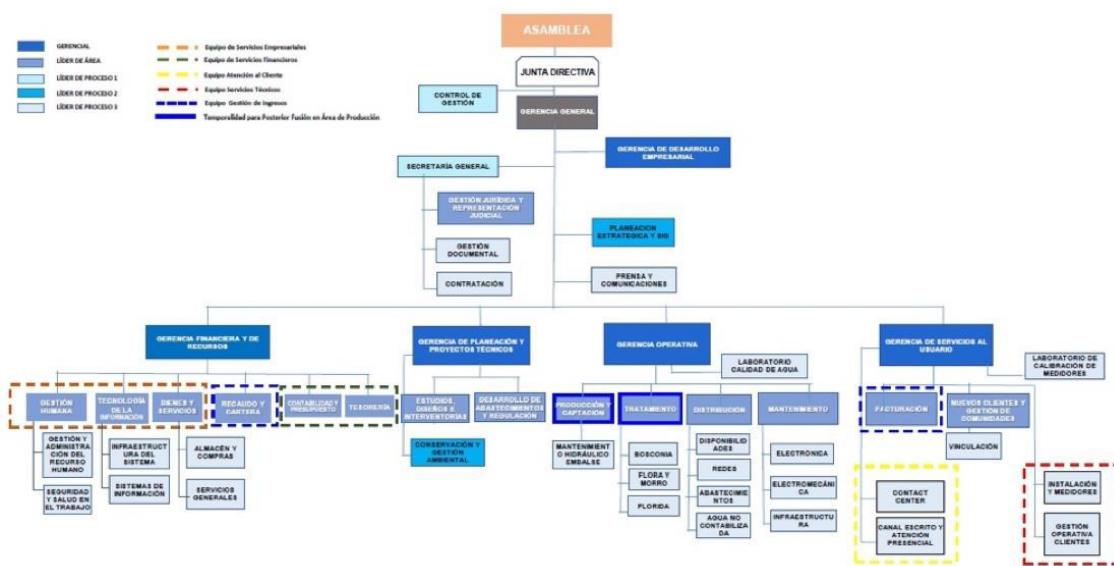
En el presente informe se pretende dar a conocer de forma detallada todas las actividades realizadas y las experiencias obtenidas a lo largo de la práctica formativa realizada en el Acueducto Metropolitano de Bucaramanga (amb S.A.).

Información de la Empresa

Descripción de la empresa

El amb es una empresa Prestadora de los servicios domiciliarios de acueducto y saneamiento básico, así como las actividades complementarias al mismo en las localidades que integran el área Metropolitana de Bucaramanga y demás municipios vecinos. Esta empresa tiene como misión prestar servicio de calidad y continuidad. El servicio de acueducto en el área metropolitana, gestiona de manera integral el agua para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus grupos de interés. También, su visión es la gestión integral de agua potable, alcantarillado y residuos sólidos con alcance regional, orientada al desarrollo sostenible del amb en armonía con sus partes interesadas.

Figura 1. Esquema de división de las gerencias del amb



Fuente: Acueducto Metropolitano de Bucaramanga

Dentro del Acueducto Metropolitano de Bucaramanga, encontramos diferentes gerencias donde se distribuyen todos los trabajadores. La Gerencia General, financiera, planeación, operativa y servicios al usuario.

Planteamiento del Problema

Actualmente en el mercado y en la industria se requiere de apoyo gráfico para transmitir correctamente un mensaje en específico a un grupo objetivo. Por esta razón, en el Acueducto Metropolitano de Bucaramanga ESP, es de suma importancia el diseñador gráfico en el área de prensa y comunicaciones; ya que es el encargado de crear y proyectar de manera creativa las ideas que vienen de las diferentes gerencias, ya sea para comunicación interna o externa. De la misma manera, para el amb, es una prioridad la toma y divulgación de fotografías e información, ya que al ser una empresa de servicios públicos la población del área metropolitana está atenta a los cambios que se generen dentro del servicio, pues los usuarios presentaban distintos tipos de quejas respecto a cortes del servicio o mantenimientos inesperados, realizándolos ya sea por las redes sociales de la empresa o el punto de atención al usuario. Por ello, desde el diseño gráfico se apoyan las áreas de las diferentes gerencias para que la información emitida sea de fácil comprensión y eficaz para los usuarios.

Metodología

Se trabaja junto con el comunicador social y la profesional de apoyo que hacen parte del equipo de prensa y comunicaciones. Toda la información es enviada a esta área la cual permite que se genere de mejor manera los textos y gráficos para su divulgación efectiva. Si la información es interna, es publicada en la Intranet, la cual es la página web de todos los trabajadores que hacen parte del amb o por medio de correo electrónico que de la misma manera llega a todos los trabajadores; si la información es externa, es publicada por medio de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y por la página web *www.amb.com.co*.

Para la elaboración de las piezas de prensa y comunicaciones, se utilizó la metodología de diseño Design Thinking. Esta se ha convertido en una herramienta de gran utilidad para las empresas actualmente y se enfoca principalmente en fomentar el recurso que genera mayor valor en los productos y servicios, la innovación. Con esta metodología, se pudo crear ideas con base en funciones, emociones y experiencia del usuario, generando soluciones que permitieron ponerse en los zapatos del cliente. Para ello se investigó desde el lugar en el que está el consumidor o el usuario del servicio para generaran ideas en equipo y pensar en cómo cambiarlas e innovarlas, teniendo en cuenta que el trabajo en equipo y la creación colectiva conducen a un mejor fin. Con esta metodología, se permitió reunir a profesionales de diferentes ramas para buscar soluciones efectivas.

Objetivos

Objetivo General

Identificar y crear estrategias para la planeación y desarrollo de comunicaciones en diversos medios del amb S.A. mediante desarrollos gráficos y audiovisuales.

Objetivos Específicos

- Producir videos y fotografías de áreas naturales y administrativas para el manejo informativo de la empresa hacia los proyectos que se tienen planteados, generando un banco de imágenes para stock del amb S.A. en donde se utilice para manejo publicitario de la compañía.
- Diseñar y generar piezas gráficas para la comunicación institucional interna y externa, publicidad y divulgación de información con el fin de aumentar favorablemente la experiencia al usuario.
- Producir material publicitario como perfiles, cover e historias en donde se pueda ver el trabajo que hace el amb S.A. y asimismo difundirlo en las redes sociales asociadas a la empresa.

Marco Teórico

Técnicas de composición

La composición es definida como una distribución o disposición de todos los elementos que se incluirán en una pieza gráfica, de una forma perfecta y equilibrada. En un diseño, lo primero que se debe elegir son todos los elementos, luego se debe distribuir, para colocarlos con el espacio disponible. El peso de un elemento se determina no sólo por su tamaño, si no por la posición en que este ocupe respecto a los demás elementos. Por ejemplo, si se requiere destacar un elemento en concreto, se colocará en el centro (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket*, n.d.). Actualmente no existe una composición o pieza gráfica perfecta. Cada composición dependerá de su resultado final y por ende, es necesario conocer todos los aspectos y formas para obtener un resultado con un cierto equilibrio (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket*, n.d.).

Las proporciones, la forma, el tamaño

Uno de los formatos más conocidos e utilizados es el DINA-4, se limitan las proporciones de la composición a través del color, también existe las formas, las angulares y alargadas, estas amplían el campo de visión, mientras que formas angulares cortas, transmiten la sensación de timidez y humildad, las formas redondas (modelo curvilíneo y rectangular), la proporción y la simetría, suelen combinarse, las formas en sus variantes también son simétricas, estas formas crean armonía, suavidad y perfección, por ejemplo, las formas simples y regulares son las que perciben y recuerdan con mayor facilidad. las formas simétricas, en el mundo de la naturaleza, un ejemplo del orden geométrico sobre la formación de sus estructuras vivientes, el tamaño de un elemento, en relación al resto, también presenta diferentes definiciones (*La Composición En El Diseño – Arte y Diseño*, n.d.). Las formas grandes, anchas o altas, se perciben como, más fuertes, pero las más pequeñas, finas o cortas, simbolizan la debilidad y delicadeza (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket*, n.d.).

La escala

Se dice que existe una escala cuando se da una relación matemática (proporción) entre las dimensiones de distintos elementos. Una escala, por tanto, se puede representar mediante un número o una fórmula. La escala normalmente se usa en cartografía, planos, mapas, para poder

representar una medida proporcional al tamaño real. Por ejemplo, cuando un plano está en escala 1:10, hace referencia a que, para realizar el plano, se ha aplicado un factor de reducción determinado (en este caso, dividir por diez), para poderlo dibujar en un lugar más pequeño, sin que pierda sus proporciones (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Algo más que medidas

En el diseño gráfico, las propiedades de los elementos visuales, dependen del resto de elementos presentes en la composición. En este caso, la escala hace referencia a la relación entre los tamaños y otras características de las piezas que forman el diseño con sus vecinas. “Otras características” hace referencia al aspecto global de un elemento: por ejemplo, si se usan colores más vivos, oscuros o contrastados, la “presencia” o sensación visual de tamaño resulta mayor que la de otros elementos más pálidos, claros o difuminados. La proporción relativa entre elementos debe ser equilibrada, usando una escala correcta. En una composición gráfica la escala se usa tanto para distribuir el espacio como para equilibrar las proporciones de los elementos (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

La sección áurea

La regla o sección áurea es una proporción entre medidas. Se trata de la división armónica de una recta en media y extrema razón. Esto hace referencia a que el segmento menor es al segmento mayor, como este es a la totalidad de la recta o cortar una línea en dos partes desiguales de manera que el segmento mayor sea toda línea, como el menor es al mayor. De esta forma se establece una relación de tamaños con la misma proporcionalidad entre el todo dividido en mayor y menor, esto es un resulta similar a la media y extrema razón. Esta proporción o forma de seleccionar proporcionalmente una línea se llama proporción áurea, se adopta como símbolo de la sección áurea (Φ), y la representación en números de esta relación de tamaños se llama número de oro = 1,618. A lo largo de la historia de las artes visuales han surgido diferentes teorías sobre la composición. Platón decía:

Es imposible combinar bien dos cosas sin una tercera, hace falta una relación entre ellas que los ensamble, la mejor ligazón para esta relación es el todo. La suma de las partes como todo es la más perfecta relación de proporción. (Platón)

Vitruvio, importante arquitecto romano, acepta el mismo principio pero dice que la simetría consiste en el acuerdo de medidas entre los diversos elementos de la obra y estos con el conjunto. Inventó una fórmula matemática, para la división del espacio dentro de un dibujo, conocida como la selección áurea, y se basaba en una proporción dada entre los lados más largos y los más cortos de un rectángulo. Dicha simetría está regida por un módulo común que es el número. Definido de otra forma, bisecando un cuadro y usando la diagonal de una de sus mitades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado hasta convertirlo en “rectángulo áureo”. Se llega a la proporción $a:b=c:a$. Dicho esto, y según Vitruvio, se analiza que al crear una composición, si se coloca los elementos principales del diseño en una de las líneas que dividen la sección áurea, se consigue el equilibrio entre estos elementos y el resto del diseño (*La Composición En El Diseño Gráfico* | Waarket, n.d.).

El equilibrio en una composición

Cada forma o figura representada sobre un papel se comporta como un peso, un peso visual, porque ejerce una fuerza óptica. Los elementos de nuestra composición gráfica pueden ser imaginados como los pesos de una balanza. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí. Este criterio se aplica principalmente al diseño global, es decir, a la disposición de los elementos sobre la superficie de trabajo. Normalmente se busca este equilibrio, aunque en alguna ocasión se provoca un desequilibrio intencionado para conseguir unos resultados específicos en un diseño. Se define el equilibrio como una apreciación subjetiva, en la cual, los elementos de una composición no se van a desprender (*La Composición En El Diseño Gráfico* | Waarket, n.d.).

Principios del diseño

Si se compara el diseño con la preparación de una receta, los elementos serían ingredientes, y los principios, el procedimiento que se sigue para mezclarlos (*Elementos y Principios de Diseño Gráfico*, n.d.). Estos principios son: equilibrio, contraste, patrón, ritmo, énfasis, proporción y unidad (*La Composición En El Diseño Gráfico* | Waarket, n.d.).

Equilibrio

Organización de los elementos para que haya estabilidad en el diseño. Pueden ser simétricos, asimétricos y radiales (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Contraste

creación de una diferencia profunda entre los elementos para generar un interés visual (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Patrón

Repetición de los elementos (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Ritmo

Recepción regular de los elementos para producir la sensación de movimiento (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Énfasis

Enfoque, lograr atención en un área u objeto (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Proporción

Sensación de unidad cuando todas las partes corresponden (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Unidad

Integración de los elementos y principios para obtener un diseño armónico (*La Composición En El Diseño Gráfico | Waarket, n.d.*).

Psicología de los colores primarios

Amarillo

Es considerado como un tono alegre y cálido. Sin embargo, también propicia el cansancio de la vista y hace llorar a los bebés (Benito-Perera, n.d.).

Rojo

Atrae rápidamente la atención, evoca emociones fuertes e incrementa el apetito; también se asocia con la pasión, la intensidad y el amor (*Taller 2 Chimba-Joel_ontaneda_pablo*, n.d.). No obstante, estudios demuestran que el rojo puede afectar tu rendimiento al hacer tareas de concentración como resolver exámenes o tomar decisiones, por lo que es ideal para aseguradoras, bancos e instituciones financieras (Benito-Perera, n.d.).

Colores secundarios y terciarios

Verde

Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y a la naturaleza. Está comprobado que los trabajadores que laboran en un ambiente de este tono tienen menos dolores de estómago (*Taller 2 Chimba-Joel_ontaneda_pablo*, n.d.). Sin embargo, el efecto del verde depende mucho de su tonalidad; los tonos profundos evocan abundancia, mientras que los claros, calman (Benito-Perera, n.d.).

Morado

Significa lealtad, bienestar, éxito y sabiduría. Ésta es la razón por la que reyes y otros líderes usan atuendos morados (Benito-Perera, n.d.).

Rosa

Es un color que tranquiliza y evoca al amor. Los tonos oscuros se usan para expresar diversión, emoción, energía y juventud por lo que son perfectos para accesorios de niñas y mujeres; los rosas claros se asocian al romance (Benito-Perera, n.d.).

Blanco

Se relaciona a la pureza, a la inocencia y al vacío. Es ideal para usar en espacios pequeños ya que da una sensación de amplitud (Benito-Perera, n.d.).

Café

Este color evoca a la tierra; a la confianza y la practicidad, pero también resulta algo aburrido y puede asociarse con suciedad (Benito-Perera, n.d.).

Naranja

Este tono es sinónimo de entusiasmo, emoción, calidez y precaución. Por eso es usado para atraer la atención y provocar alegría (Benito-Perera, n.d.).

Colores en la publicidad

Verde

Desde hace siglos es símbolo de fertilidad. De hecho, se dice que aun en nuestros días las M&M's verdes se asocian con un mensaje sexual (Benito-Perera, n.d.).

Azul

Se suele usar para dar mensajes corporativos y evitar ser invasivos. Empresas que lo usan: Volkswage, Forbes y AT&T (Benito-Perera, n.d.).

Rojo

Estimular el apetito

Los tonos negro, blanco, plata y dorado son generalmente usados para artículos de lujo, porque dan la sensación de sofisticación. Marcas que lo usan: Prada, Michael Kors y Chanel (Benito-Perera, n.d.).

Rosa

Es un tono femenino. Éste, junto la lavanda y el blanco, sirve para atraer rápidamente a la audiencia de mujeres y se relaciona con la limpieza. Empresas que lo usan: Victoria's Secret y fundaciones de prevención del cáncer de mama (Benito-Perera, n.d.).

Marco Tecnológico

Dentro de todo el desarrollo gráfico realizado dentro del Acueducto Metropolitano de Bucaramanga, se tuvo en cuenta la utilización de distintos Software para la construcción de piezas.

Adobe Illustrator

Illustrator es un software que hace parte de la Suite de Adobe, de gráficos vectoriales estándares que permite crear desde el sitio web como en dispositivos móviles, tales como iconos, logos, ilustraciones, productos, afiches, entre otros.

Adobe Photoshop

Photoshop es un software que hace parte de la Suite de Adobe, de edición y composición de fotos hasta de pintura digital, animación, diseño grafico, entre otros. En photoshop es posible diseñar todo lo que se imagina. Transforma imágenes.

Adobe Premier Pro

Premire Pro es un software que hace parte de la Suite de Adobe. Es el lider de edición de videos para sitios web, películas y televisión. Trae herramientas creativas que se integran a aplicaciones y servicios, permitiendo crear material de alta calidad.

Adobe Indesign

Indesign es un software que hace parte de la Suite de Adobe, de diseño de páginas para medios escritos y digitales. Dentro de ella se pueden crear diferentes diseños gráficos con tipografías de las mejores compañías del mundo e imágenes de Adobe Stock. Comparte contenido y comentarios rapidamente en PDF. Indesign tiene todo para crear y publicar libros, pósteres, pdf interactivos, revistas digitales y mucho más.

Resultados

Durante el desarrollo de la práctica se dieron soluciones y alternativas para comunicar información relevante o de importancia, generando nuevas piezas para las diferentes áreas del Acueducto Metropolitano de Bucaramanga, como lo es la Gerencia General, Gestión Humana, Área de Tecnologías, SST, Ambiental, entre otras. También piezas de información y datos para comunicaciones externas, como los son la toma de videos institucionales y de interés, a partir de los cuales se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 1. 105 años de Bienestar








Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza: Pieza elaborada para publicidad en web y redes sociales del amb en su aniversario 105</p> <hr/> <p>Concepto: Agua, naturaleza, fotografía.</p> <hr/> <p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%</td> <td>R: 32% G: 52% B: 101% # 203465</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05</td> <td>R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table> <hr/> <p>Fuentes: Gotham Bold Gotham Ligth Gotham Black</p>		C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465		C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF
	C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465								
	C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato: Digital</p>	<p>Dimensiones: 959X2750</p>									

Tabla 2. 105 años de Territorios de Bienestar











Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Banner para publicidad sobre los Territorios de Bienestar</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Naturaleza, fotografía</p> <hr/> <p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 50% M: 64% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 147 G: 108 B: 172 # 936CAC</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05</td> <td>R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table> <hr/> <p>Fuentes:</p> <p>Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>		C: 50% M: 64% Y: 0% K: 0%	R: 147 G: 108 B: 172 # 936CAC		C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF
	C: 50% M: 64% Y: 0% K: 0%	R: 147 G: 108 B: 172 # 936CAC								
	C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>959x2750 px</p>									

Tabla 3. 105 años de Territorios de Bienestar











Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Banner 105 años para publicidad sobre los Territorios de Bienestar</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Agua, naturaleza, fotografía.</p> <hr/> <p>Color:</p> <table data-bbox="852 819 1323 1260"> <tr> <td></td> <td>C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%</td> <td>R: 32% G: 52% B: 101% # 203465</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05</td> <td>R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table> <hr/> <p>Fuentes:</p>		C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465		C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF
	C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465								
	C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>734x264 px</p>									

Tabla 4. Reto Naturalista Urbano

Pieza gráfica	Descripción									
 <p>The graphic is a promotional poster for the 'RETO NATURALISTA URBANO' challenge. It features a vibrant hummingbird on the left, shown as if on a smartphone screen. To the right, the title 'RETO NATURALISTA URBANO' is prominently displayed in green and black, with the dates 'Del 30 de abril al 3 de mayo' below it. A section titled '¿Cómo participar?' lists four steps: 1. Download the 'Naturalista Colombia' app and register. 2. Take photos of plants, animals, and fungi in the 'Parque del Agua' from April 30 to May 3. 3. Identification phase from May 4 to 9. 4. Support the event by sharing publications on social media using hashtags #CityNatureChallenge and #NaturalistasBerracos. The logo of the 'Acueducto Metropolitano de Bucaramanga S.A. P.S.P.' is at the top right, and contact information is at the bottom.</p>	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Únete al reto naturalista urbano. Redes sociales y comunicación interna.</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Naturaleza y tecnología.</p>									
<p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td style="background-color: #92D050; width: 20px; height: 20px;"></td> <td>C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%</td> <td>R: 165 G:200 B:62 # A5C838E</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #2E7D32; width: 20px; height: 20px;"></td> <td>C: 85% M: 50% Y: 90% K: 62%</td> <td>R: 28 G: 52 B: 31 # 1C3A1F</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #FFFFFF; width: 20px; height: 20px;"></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table>		C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%	R: 165 G:200 B:62 # A5C838E		C: 85% M: 50% Y: 90% K: 62%	R: 28 G: 52 B: 31 # 1C3A1F		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF	<p>Fuentes:</p> <p>ASSA FONTS</p> <hr/> <p>Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>
	C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%	R: 165 G:200 B:62 # A5C838E								
	C: 85% M: 50% Y: 90% K: 62%	R: 28 G: 52 B: 31 # 1C3A1F								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1200x1200 px</p>									

Tabla 5. Reto Naturalista Urbano


Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza: Únete al reto naturalista urbano. Redes sociales y comunicación interna.</p> <p>Concepto: Naturaleza y tecnología.</p>									
<p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td style="background-color: #A5C838; width: 30px; height: 30px;"></td> <td>C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%</td> <td>R: 165 G:200 B:62 # A5C838E</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #E4C189; width: 30px; height: 30px;"></td> <td>C: 11% M: 25% Y: 51% K: 24%</td> <td>R: 228 G: 193 B: 137 # E4C189</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #FFFFFF; width: 30px; height: 30px;"></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table>		C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%	R: 165 G:200 B:62 # A5C838E		C: 11% M: 25% Y: 51% K: 24%	R: 228 G: 193 B: 137 # E4C189		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF	<p>Fuentes:</p> <p>ASSA FONTS</p> <hr/> <p>Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>
	C: 44% M: 0% Y: 88% K: 0%	R: 165 G:200 B:62 # A5C838E								
	C: 11% M: 25% Y: 51% K: 24%	R: 228 G: 193 B: 137 # E4C189								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1200x1200 px</p>									

Tabla 6. Campaña de sensibilización SIG











Pieza gráfica	Descripción									
 <p>CAMPAÑA SENSIBILIZACIÓN SIG</p> <p>1 FASE DESARROLLO DE MARCA OBJETIVO: Implementar una línea gráfica de identidad y recordación. <small>LOGO PLANTILLAS ESQUEMAS Y FONDOS</small></p> <p>2 FASE DESPERTAR INTERES OBJETIVO: Identificar el estado actual de los procesos y las oportunidades con el SIG. <small>VIDEOS TESTIMONIOS ANIMACIONES DE LOS PROCESOS FOCOS DE INTERÉS EN EL SIG</small></p> <p>3 FASE EMBAJADORES SIG OBJETIVO: Motivar la participación de los trabajadores en el proceso de implementación. <small>TALLERES DE EMPLEADOS EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN SEMINARIOS PARA LA COMUNICACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL SIG EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN ESPERANZAS DE FIDELIDAD</small></p> <p>4 FASE CÓMO VAMOS OBJETIVO: Aumentar los niveles de entendimiento de la implementación. <small>BOLETÍN ALTERNATIVO QUINCENAL EN EL QUE REPORTEN AVANCES DATOS GANADORES</small></p> <p>5 FASE COMPROMISO SIG OBJETIVO: Impulsar la motivación, el compromiso y la cohesión de los equipos de trabajo y el mantenimiento normativo. <small>TIP DE REUNIONES PRÁCTICAS VIDEO MEMORIALES DE LAS REUNIONES DE EJECUCIÓN TESTIMONIOS FAVORABLES</small></p>	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Infografía campaña de sensibilización para el nuevo Sistema Integrado de Gestión</p> <p>Concepto:</p> <p>Color, organización, formas, iconos.</p> <p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%</td> <td>R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%</td> <td>R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%</td> <td>R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18</td> </tr> </table> <p>Fuentes: Gotham Bold Gotham Ligth Gotham Black</p>		C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599		C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538		C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18
	C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599								
	C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538								
	C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>959x2750 px</p>									

Tabla 7. Propuesta Logo SIG


Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Propuesta de logo para el nuevo Sistema Integrado de Gestión</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Tipografía, formas.</p>									
<p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td style="background-color: #0056b3; width: 30px; height: 40px;"></td> <td>C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%</td> <td>R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #4CAF50; width: 30px; height: 40px;"></td> <td>C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%</td> <td>R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #FF9800; width: 30px; height: 40px;"></td> <td>C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%</td> <td>R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18</td> </tr> </table>		C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599		C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538		C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18	<p>Fuentes:</p> <p>Propia</p> <hr/>
	C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599								
	C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538								
	C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1200x1200 px</p>									

Tabla 8. Banner capacitación interna











Pieza gráfica	Descripción																																				
	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Banner capacitación interna “Salud Mental”</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Fotografía, ubicación, información.</p> <hr/> <p>Color:</p> <table data-bbox="906 814 1347 1213"> <tr> <td></td> <td>C: 44%</td> <td>R: 165</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M: 0%</td> <td>G:200</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Y: 88%</td> <td>B:62</td> </tr> <tr> <td></td> <td>K: 0%</td> <td># A5C838E</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 11%</td> <td>R: 228</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M: 25%</td> <td>G: 193</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Y: 51%</td> <td>B: 137</td> </tr> <tr> <td></td> <td>K: 24%</td> <td># E4C189</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0%</td> <td>R: 255</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M: 0%</td> <td>G: 255</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Y: 0%</td> <td>B: 255</td> </tr> <tr> <td></td> <td>K: 0%</td> <td># FFFFFF</td> </tr> </table> <hr/> <p>Fuentes:</p> <p>Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>		C: 44%	R: 165		M: 0%	G:200		Y: 88%	B:62		K: 0%	# A5C838E		C: 11%	R: 228		M: 25%	G: 193		Y: 51%	B: 137		K: 24%	# E4C189		C: 0%	R: 255		M: 0%	G: 255		Y: 0%	B: 255		K: 0%	# FFFFFF
	C: 44%	R: 165																																			
	M: 0%	G:200																																			
	Y: 88%	B:62																																			
	K: 0%	# A5C838E																																			
	C: 11%	R: 228																																			
	M: 25%	G: 193																																			
	Y: 51%	B: 137																																			
	K: 24%	# E4C189																																			
	C: 0%	R: 255																																			
	M: 0%	G: 255																																			
	Y: 0%	B: 255																																			
	K: 0%	# FFFFFF																																			
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>734x264 px</p>																																				

Tabla 9. Banner convocatorias internas amb











Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza: Comunicación interna convocatorias.</p>									
	<p>Concepto: Fotografía, organización.</p>									
<p>Formato: Digital</p>	<p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%</td> <td>R: 32% G: 52% B: 101% # 203465</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05</td> <td>R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table>		C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465		C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF
		C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465							
	C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Fuentes: Gotham Bold Gotham Ligth Gotham Black</p>										
<p>Formato: Digital</p>	<p>Dimensiones: 734x264 px</p>									

Tabla 10- Propuesta de Logos SIG



Pieza gráfica	Descripción																								
	<p>Propósito de la pieza:</p> <p>Propuesta de logo para el nuevo Sistema Integrado de Gestión</p> <hr/> <p>Concepto:</p> <p>Calidad, ambiental, laboratorios, seguridad y salud en el trabajo,</p>																								
<p>Color:</p>  <table border="0"> <tr> <td>C: 95%</td> <td>R: 95</td> </tr> <tr> <td>M: 67%</td> <td>G: 85</td> </tr> <tr> <td>Y: 9%</td> <td>B: 153</td> </tr> <tr> <td>K: 1%</td> <td># 0C5599</td> </tr> <tr> <td>C: 82%</td> <td>R: 30</td> </tr> <tr> <td>M: 13%</td> <td>G: 149</td> </tr> <tr> <td>Y: 100%</td> <td>B: 56</td> </tr> <tr> <td>K: 2%</td> <td># 1E9538</td> </tr> <tr> <td>C: 2%</td> <td>R: 236</td> </tr> <tr> <td>M: 60%</td> <td>G: 125</td> </tr> <tr> <td>Y: 95%</td> <td>B: 24</td> </tr> <tr> <td>K: 0%</td> <td># EC7D18</td> </tr> </table>	C: 95%	R: 95	M: 67%	G: 85	Y: 9%	B: 153	K: 1%	# 0C5599	C: 82%	R: 30	M: 13%	G: 149	Y: 100%	B: 56	K: 2%	# 1E9538	C: 2%	R: 236	M: 60%	G: 125	Y: 95%	B: 24	K: 0%	# EC7D18	<p>Fuentes:</p> <p>Propia</p>
C: 95%	R: 95																								
M: 67%	G: 85																								
Y: 9%	B: 153																								
K: 1%	# 0C5599																								
C: 82%	R: 30																								
M: 13%	G: 149																								
Y: 100%	B: 56																								
K: 2%	# 1E9538																								
C: 2%	R: 236																								
M: 60%	G: 125																								
Y: 95%	B: 24																								
K: 0%	# EC7D18																								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1200x1200 px</p>																								

Tabla 12 Estamos de su lado











Pieza gráfica	Descripción									
	<p>Propósito de la pieza: Pieza para usuarios de acuerdos de pagos. “Estamos de su Lado”</p> <p>Concepto: Fotografía, organización.</p> <p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%</td> <td>R: 32% G: 52% B: 101% # 203465</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05</td> <td>R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%</td> <td>R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF</td> </tr> </table> <p>Fuentes: Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>		C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465		C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF
	C: 100% M: 86% Y: 31% K: 18%	R: 32% G: 52% B: 101% # 203465								
	C: 71% M: 0% Y: 27% K: 05	R: 34 G: 182 B: 193 # 22B6C1								
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 255 G: 255 B: 255 # FFFFFFFF								
<p>Formato: Digital</p>	<p>Dimensiones: 959X2750</p>									

Tabla 13. Propuesta de logo Centro de Investigación del Agua














Pieza gráfica	Descripción																								
	<p>Propósito de la pieza: Propuesta de logo para el centro d Investigación del agua.</p> <p>Concepto: Agua.</p>																								
<p>Color:</p>  <table data-bbox="639 1079 919 1503"> <tr> <td>C: 100%</td> <td>R: 32%</td> </tr> <tr> <td>M: 86%</td> <td>G: 52%</td> </tr> <tr> <td>Y: 31%</td> <td>B: 101%</td> </tr> <tr> <td>K: 18%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>C: 71%</td> <td>R: 34</td> </tr> <tr> <td>M: 0%</td> <td>G: 182</td> </tr> <tr> <td>Y: 27%</td> <td>B: 193</td> </tr> <tr> <td>K: 05</td> <td></td> </tr> <tr> <td>C: 0%</td> <td>R: 255</td> </tr> <tr> <td>M: 0%</td> <td>G: 255</td> </tr> <tr> <td>Y: 0%</td> <td>B: 255</td> </tr> <tr> <td>K: 0%</td> <td># FFFFFFFF</td> </tr> </table>	C: 100%	R: 32%	M: 86%	G: 52%	Y: 31%	B: 101%	K: 18%		C: 71%	R: 34	M: 0%	G: 182	Y: 27%	B: 193	K: 05		C: 0%	R: 255	M: 0%	G: 255	Y: 0%	B: 255	K: 0%	# FFFFFFFF	<p>Fuentes:</p> <p>Coolvetica</p> <hr/> <p>Gotham Bold</p> <p>Gotham Ligth</p> <p>Gotham Black</p>
C: 100%	R: 32%																								
M: 86%	G: 52%																								
Y: 31%	B: 101%																								
K: 18%																									
C: 71%	R: 34																								
M: 0%	G: 182																								
Y: 27%	B: 193																								
K: 05																									
C: 0%	R: 255																								
M: 0%	G: 255																								
Y: 0%	B: 255																								
K: 0%	# FFFFFFFF																								
<p>Formato:</p> <p>Digital</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1200x1200 px</p>																								

Tabla 14. Diseño camisetas

Pieza gráfica	Descripción									
 	<p>Propósito de la pieza: Diseño camisetas para el proyecto Agua al Barrio.</p> <p>Concepto: Color, Agua, tipografía.</p> <p>Color:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%</td> <td>R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%</td> <td>R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538</td> </tr> <tr> <td></td> <td>C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%</td> <td>R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18</td> </tr> </table> <p>Fuentes: Gotham Rounded Gotham Ligth Gotham Black</p>		C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599		C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538		C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18
	C: 95% M: 67% Y: 9% K: 1%	R: 95 G: 85 B: 153 # 0C5599								
	C: 82% M: 13% Y: 100% K: 2%	R: 30 G: 149 B: 56 # 1E9538								
	C: 2% M: 60% Y: 95% K: 0%	R: 236 G: 125 B: 24 # EC7D18								
<p>Formato: Digital, físico</p>	<p>Dimensiones: 959x2750 px</p>									

Conclusiones

Se concluye que dentro de la práctica, se cumplieron a totalidad todos los objetivos planteados. De la misma manera, el equipo de trabajo y la comunicación cumplió una parte fundamental en todo el proceso, ya que es una empresa que presta un servicio y maneja la experiencia al usuario, teniendo un personal altamente calificado para todas las áreas que hacen parte del Acueducto Metropolitano de Bucaramanga S.A.

Los compañeros de trabajo siempre estuvieron disponibles para solucionar cualquier inquietud y/o ayuda para así tener como resultado un mejor trabajo, teniendo como base que los temas vistos y tratados en la Universidad Pontificia Bolivariana, sirvieron para poder entender y llevar acabo las distintas tareas diarias a dar solución.

Referencias Bibliográficas

- Acueducto Metropolitano de Bucaramanga. (2020, Marzo). *Misión-Visión*.
https://www.amb.com.co:8443/wp5_contenido/2017/11/15/1182/
- Apuntes multimedia. (2013). *Principios del Diseño*.
https://apuntesmultimedia.com/2013/04/30/principios-del-disen/?blogsub=confirming#blog_subscription-3.
- Entrepreneur. (2012). *La psicología del color*.
<https://www.entrepreneur.com/article/269009>.
- Arte y Diseño. (2014). *La composición en el diseño*.
<https://artdesignina.wordpress.com/la-composicion-en-el-disen/>.