



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Práctica y Pasantía.**

**Título del trabajo**  
Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de Diseño.  
Profesional en Diseño Gráfico

Angie Yulieth Correa Maturana  
[Edwin Alberto Marín Cantillo](#)  
Proyecto de grado  
Medellín, Antioquia  
2024

El trabajo de grado Estrategia de Comunicaciones Visuales y Corporativa es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

## **AUTORES**

**Angie Yulieth Correa Maturana**

[angie.correa.1449@uniremington.edu.co](mailto:angie.correa.1449@uniremington.edu.co)

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=002184340](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=002184340)

**Nota: el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.**

## **TUTORÍA**

**Nombre Completo como registra para autoría científica**

Título superior

correo.electronico.institucional@uniremington.edu.co

dirección CVLac del tutor

**Nombre Completo como registra para autoría científica**

Título superior

correo.electronico.institucional@uniremington.edu.co

dirección CVLac del tutor

**Nombre Completo como registra para autoría científica**

Título superior

correo.electronico.institucional@uniremington.edu.co

dirección CVLac del tutor

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mi agradecimiento a la Corporación Universitaria Remington, porque durante mi formación académica, como profesional en Diseño Gráfico, me proporcionó un buen ambiente de aprendizaje, creatividad e investigación en mi carrera, quiero también agradecer especialmente a los profesores de la Facultad de Diseño, quienes mostraron su dedicación y empeño en cada clase, contando con todo el apoyo y acompañamiento, en las actividades y proyectos, dispuestos a responder nuestras inquietudes y ampliarnos la información suministrada, resalto su disposición en los diferentes cursos dados para enseñarnos los diferentes programas de Adobe Creative Suite y otros necesarios para crear piezas gráficas, ilustraciones, videos audiovisuales y elementos gráficos, los cuales son herramientas imprescindibles en la industria del Diseño Gráfico.

También agradezco a mis padres por el apoyo incondicional que me brindaron desde el primer día que ingresé a la universidad, gracias por creer en mí, sus consejos, paciencia y estar siempre a mi lado, valoro mucho su esfuerzo y sacrificio para brindarme la mejor educación enseñándome a trabajar duro y no rendirme en los momentos difíciles.

## TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos.....	3
Resumen .....	9
Abstract.....	11
Problemática abordada en la práctica o pasantía.....	13
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos específicos.....	16
1 Metodología.....	16
1.1 Fase 1: Diagnóstico .....	17
1.1.1 Logo de Antioquia Gold:.....	18
1.1.2 Manual de identidad visual:.....	20
1.1.3 Piezas gráficas anteriores: .....	22
1.2 Fase 2: Análisis.....	24
1.3 Fase 3: Desarrollo.....	26
1.3.1 Comunicación Interna y Externa: .....	27
1.3.2 Material gráfico: .....	27
1.3.3 Manual de Identidad Visual & Logo:.....	28
2 Línea de investigación.....	29
3 Alcance .....	29
4 Tipo de pasantía.....	30
5 Grupos de interés .....	30
6 Presentación de resultados.....	31
7 Cronograma .....	32
8 Resultados.....	33
8.1 Actividades derivadas de las prácticas .....	35
9 Recolección de Datos Cualitativos.....	45
9.1 Resultado de la entrevista a través de formulario.....	45
9.1.1 Resultado de la encuesta.....	50
10 Conclusiones.....	58
10.1 Fortalezas.....	59
10.2 Logros.....	60
10.3 Oportunidades.....	60
10.4 Retos (Dificultades).....	61
11 Referencias .....	63
12 Anexo .....	66
12.1 Anexo A.....	66
12.2 Anexo B.....	68
12.3 Anexo C.....	70
12.4 Anexo D.....	73
12.4.1 Materiales Informativos.....	73
12.4.2 Materiales Infográfico .....	89
12.4.3 Diseño de Pieza gráfica para fecha conmemorativa.....	92

12.5 Anexo E ..... 108

## LISTA DE FIGURA

Figura 1 Estrategia de comunicación visual .....	15
Figura 2 Logotipo de la empresa Antioquia Gold LTD .....	19
Figura 3 Referencia visual: piezas gráficas .....	22
Figura 4 Cronograma de actividades durante la práctica en Antioquia Gold LTD .....	32
Figura 5 Manual de Identidad Visual .....	35
Figura 6 Tarjea de Cumpleaños Plantilla .....	36
Figura 7 Infografía _ Resultado de Apoyo a los emprendimientos .....	36
Figura 8 Diseño de Pendón.....	37
Figura 9 Pieza gráfica_ Información para emprendedor .....	38
Figura 10 Pieza gráfica copasst .....	39
Figura 11 Diseño de flujograma procedimiento visita AGD.....	40
Figura 12 Infografía Ambiental_ Polilla .....	40
Figura 13 Diseño y portafolio de los nuevos valores corporativos .....	41
Figura 14 Actualización _ Mascota Corporativa.....	42
Figura 15 Diseño de Señalización en la Zona de Operación Minera .....	43
Figura 16 Certificado de niños y profesores (Normalista) .....	44
Figura 17 Pieza gráfica_ Convocatoria Educativa .....	73
Figura 18 Pieza gráfica _ Esterilización & Recomendación .....	74
Figura 19 Diseño de Retablo .....	74
Figura 20 Pieza gráfica visuales: Copasst .....	75
Figura 21 Pieza gráfica _ Logos en la feria de servicio.....	77
Figura 22 Apoyo visual para emprendedores .....	78
Figura 23 Pieza gráfica_ Optometría.....	79
Figura 24 Pieza gráfica Quinquenios.....	79
Figura 25 Pieza gráfica _ Fotomontaje imagen Ambiental .....	80
Figura 26 Modificación Política Integral AGD .....	81
Figura 27 Horario de Acopio.....	82
Figura 28 PMA_ Área social .....	82
Figura 29 Pieza gráfica _ fondo nacional y reforma pensional .....	85
Figura 30 Pieza gráfica_ ¡No olvide recargar sus termos! .....	86
Figura 31 Pieza gráfica_ Jornada de esterilización .....	87
Figura 32 Informe Seguridad física AGD .....	88
Figura 33 Infografía_ Estrategia de Sostenibilidad .....	89
Figura 34 Infografía_ Componente fauna & flora_ Economía circular .....	90
Figura 35 Infográfico_ Evaluación de estándares mínimos 2024 .....	91
Figura 36 Pieza gráfica_ Día del Medio Ambiente .....	93
Figura 37 Collage de Fotos_ Día del padre .....	94
Figura 38 Pieza gráfica_ Día del abogado.....	94
Figura 39 Pieza gráfica_ Día del café.....	95
Figura 40 Pieza gráfica_ Día Nacional del minero.....	95
Figura 41 Pieza gráfica_ Día de la Independencia .....	96
Figura 42 Pieza gráfica_ Campaña ley 2233 .....	97
Figura 43 Pieza gráfica La batalla de Boyacá .....	97
Figura 44 Pieza gráfica_ Día mundial de la agricultura .....	98
Figura 45 Pieza gráfica_ Día nacional de los derechos humanos.....	99

Figura 46 Pieza gráfica_ Día mundial de la prevención del suicidio .....	100
Figura 47 Pieza gráfica_ Día Nacional de la Biodiversidad.....	101
Figura 48 Pieza gráfica_ Día del Amor y la Amistad.....	102
Figura 49 Pieza gráfica_ Día mundial del turismo .....	102
Figura 50 Pieza gráfica_ Día mundial de los animales .....	103
Figura 51 Pieza gráfica_ Día Interamericano del Agua .....	104
Figura 52 Pieza gráfica_ Día mundial de la salud mental .....	105
Figura 53 Pieza gráfica_ Día del Geólogo.....	106
Figura 54 Pieza gráfica_ Invitación dinámica Halloween.....	107

**LISTA DE TABLA**

<b>Tabla 1</b> .....	19
<b>Tabla 2</b> .....	20
<b>Tabla 3</b> .....	23
<b>Tabla 4</b> .....	25
<b>Tabla 5</b> .....	33
<b>Tabla 6</b> .....	46
<b>Tabla 7</b> .....	46
<b>Tabla 8</b> .....	46
<b>Tabla 9</b> .....	47
<b>Tabla 10</b> .....	47
<b>Tabla 11</b> .....	48
<b>Tabla 12</b> .....	48
<b>Tabla 13</b> .....	48
<b>Tabla 14</b> .....	49
<b>Tabla 15</b> .....	50
<b>Tabla 16</b> .....	51
<b>Tabla 17</b> .....	52
<b>Tabla 18</b> .....	52
<b>Tabla 19</b> .....	53
<b>Tabla 20</b> .....	53
<b>Tabla 21</b> .....	54
<b>Tabla 22</b> .....	55
<b>Tabla 23</b> .....	55
<b>Tabla 24</b> .....	56

## RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal abordar la estrategia de comunicación visual y corporativa en la empresa Antioquia Gold LTD, con el fin de comunicar en los medios internos y externos piezas gráficas informativas, videos, infográficos de datos y otros tipos de elementos cumpliendo con las necesidades dentro de la empresa. El proyecto se basa en la incorporación de elementos gráficos que incluyen paleta de colores corporativa, imágenes, iconografía, ilustración, textura, diseño o composición y animación. En este sentido, consiste en utilizar elementos visuales para transmitir información o ideas (TechSmith, s.f.), para mejorar la identidad visual y el diseño de material gráfico dentro de la empresa.

Durante el desarrollo del proyecto se propone una metodología con un enfoque cualitativo para la recopilación de los resultados del proyecto, con base a este enfoque se implementan tres fases metodológicas: diagnósticos, análisis y desarrollo, que consistieron en recopilar información y analizar el estado actual de la comunicación visual de la empresa. Incluyendo el manual de identidad visual, piezas gráficas en redes sociales y material informativo. Así como los aspectos que necesitan mejora y su alineación con los objetivos de la imagen corporativa. A partir de la información recopilada, se desarrolló la estrategia de comunicación visual y corporativa mejorando el diseño del manual de identidad visual de manera correcta y utilizando elementos visuales en el diseño y creación de nuevas piezas gráficas en los medios internos y externos para transmitir la información de manera coherente, reflejando la identidad y valores de la empresa.

La implementación de la estrategia se llevó a cabo a través de un proceso de diseño que incluyó también como diseños infográficos y piezas gráficas, mediante la fase metodológica e incorporando diseño de flujograma, señalizaciones entre otros materiales visuales dentro de la operación minera. Para evaluar el desarrollo de los trabajos se realizaron encuestas con preguntas abiertas y entrevistas a través de formulario. Los resultados obtenidos de los métodos cualitativos demostraron una mejora significativa en la comunicación corporativa.

La eficacia de la parte gráfica en la empresa ha mejorado en la presentación corporativa a través de un proceso metodológico que ha permitido buscar oportunidad de mejora, lo cual contribuyó significativamente en actividades de manera efectiva para comunicar su identidad, valores y mensajes.

### **PALABRAS CLAVE**

Identidad visual, Diseño Gráfico, Estrategia Visual, Comunicación Visual, Comunicación organizacional.

## ABSTRACT

The main objective of this project is to address the visual and corporate communication strategy in the company Antioquia Gold LTD, in order to communicate informative graphic pieces, videos, data infographics and other types of elements in internal and external media, meeting the needs within the company. The project is based on the incorporation of graphic elements that include a corporate color palette, images, iconography, illustration, texture, design or composition and animation. In this sense, it consists of using visual elements to transmit information or ideas (TechSmith, n.d.), to improve the visual identity and the design of graphic material within the company.

During the development of the project, a methodology with a qualitative approach is proposed for the collection of the project results. Based on this approach, three methodological phases are implemented: diagnosis, analysis and development, which consisted of collecting information and analyzing the current state of the company's visual communication. Including the visual identity manual, graphic pieces on social networks and informative material. As well as the aspects that need improvement and their alignment with the objectives of the corporate image. Based on the information collected, the visual and corporate communication strategy was developed by correctly improving the design of the visual identity manual and using visual elements in the design and creation of new graphic pieces in internal and external media to transmit information in a coherent manner, reflecting the identity and values of the company.

The implementation of the strategy was carried out through a design process that also included infographic designs and graphic pieces, through the methodological phase

and incorporating flowchart design, signage, among other visual materials within the mining operation. To evaluate the development of the work, surveys with open questions and interviews through a form were carried out. The results obtained from the qualitative methods demonstrated a significant improvement in corporate communication.

The effectiveness of the graphic part in the company has improved in the corporate presentation through a methodological process that has allowed to look for opportunities for improvement, which significantly contributed to activities in an effective way to communicate its identity, values and messages.

### **KEYWORDS**

Visual identity, Graphic design, Visual strategy, Visual communication, Organizational communication.

## **PROBLEMÁTICA ABORDADA EN LA PRÁCTICA O PASANTÍA**

- Estrategia de Comunicaciones Visuales y Corporativa en la empresa Antioquia Gold LTD.

Antioquia Gold LTD es una empresa minera extranjera, proveniente de Canadá y Perú, con sede principal en Medellín, Antioquia, Colombia. Con más de 16 años en el sector minero, “dedicada a la prospección, exploración técnica y explotación económica de yacimientos de minerales, su beneficio, transformación y comercialización de productos.” (Antioquia Gold LTD, 2022). Sus pilares corporativos se basan en la productividad, rentabilidad, protección de bienes, respeto por la naturaleza, y en ser buenos vecinos con las comunidades. De esta manera, la empresa apuesta por mejorar sus comunicaciones para fortalecer su relación con las comunidades y grupos de interés, a través de redes sociales, correo masivo, pantallas digitales, WhatsApp, compartiendo información de proyectos sociales con las comunidades, acciones que realizan con el compromiso por la naturaleza, y campañas internas con los empleados para seguir posicionándose como una compañía comprometida con la minería responsable, la sostenibilidad y el desarrollo de las comunidades en sector minero. Por ello, la apuesta de un pasante se convierte en una necesidad para sus comunicaciones, en el fortalecimiento de la identidad, en apoyo a la parte gráfica, en diseño de visualizaciones de datos, apoyo a campañas internas y externas y materiales educativos entre otro, para aportar desde el Área de comunicaciones en la parte gráfica.

Por lo tanto, la empresa enfrentaba un problema significativo en la falta de claridad en la identidad visual y, a su vez en el uso del imagotipo en su aplicación de la dotación y presentación, lo que impactaba negativamente en la percepción interna como externa.

Asimismo, presentaba una necesidad en apoyo a presentación, piezas gráficas, edición de video y diseño impresos. También había un problema con la constancia en la publicación en las redes sociales, ya que es un canal de comunicación y, a la vez, una herramienta clave para dar conocer a la empresa en el sector minero, a las comunidades locales, organizaciones ambientales, medios de comunicaciones e incluso a inversores en tema de sus actividades. Esta problemática afectaba tanto la comunicación interna como la externa de la empresa, lo que impulsó la necesidad de implementar la estrategia de comunicaciones visual y corporativa a través del diseño, para transmitir de manera clara la identidad visual, los valores, misión y visión, al mismo tiempo mejorando la imagen corporativa de la empresa como logotipo, los colores y otros recursos gráficos para medios internos y externos.

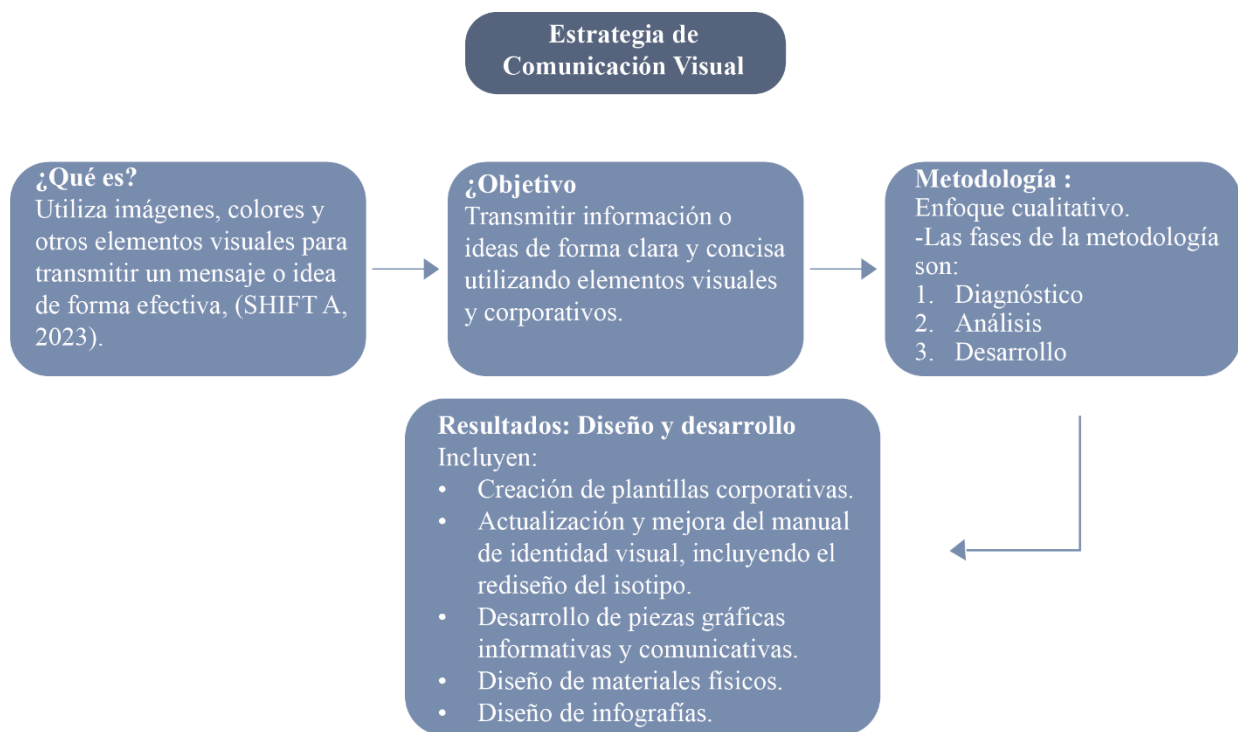
Con esta implementación, la empresa lograría obtener resultados en el mejoramiento de la identidad visual de manera coherente y profesional, y en el desarrollo del contenido gráfico en redes sociales y dentro de la empresa, y además en apoyo en otros trabajos. A través de un proceso metodológico que abarca el estudio de materiales gráficos existentes de la empresa para solucionar la problemática de la empresa y buscar resultados de mejorar en sus comunicaciones.

**¿Qué resultados puede traer la Estrategia de Comunicaciones Visuales y Corporativas en la empresa Antioquia Gold LTD?**

### **Figura 1**

#### *Estrategia de comunicación visual*

Como se muestra en la **Figura 1**, se contextualiza la estructura de la estrategia de comunicación visual abordada en este proyecto, a través de su definición y objetivo, con una base metodológica que facilitará identificar los problemas y necesidades de la empresa, sumado a obtener los resultados esperados.



Nota. El gráfico representa un esquema general de la '**Estrategia de Comunicación visual y Corporativa**'.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Proponer estrategias corporativas de Comunicación Visual en la compañía Antioquia Gold, por medio del uso recursos gráficos dirigidos a los medios de comunicación internos y externos de la compañía, para mejorar la percepción y el impacto de los colaboradores y comunidades relacionadas con la operación de la empresa.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- I. Reconocer un diagnóstico inicial de las comunicaciones y manual de identidad corporativa de la compañía Antioquia Gold LTD, para recopilar la información de cada uno de los elementos gráficos que permita identificar mejoras en las comunicaciones internas y externas de la empresa.
- II. Implementar nuevos diseños gráficos que respondan al diagnóstico a partir de la creación de imágenes, infografías y banco de imágenes para fortalecer las comunicaciones de la compañía y sus valores empresariales.
- III. Mejorar la percepción empresarial de la compañía Antioquia Gold por medio de la implementación de estrategias de comunicación dirigidas a sus colaboradores y comunidades que estén relacionados con las actividades de la empresa, entendiendo sus valores de responsabilidad social y ambiental.

## **1 METODOLOGÍA**

El enfoque metodológico del presente proyecto se diseña con una investigación cualitativa, “este tipo de investigaciones emplea una serie de métodos cualitativos para recopilar y analizar datos no numéricos, como palabras, imágenes y comportamientos, y pretende generar percepciones profundas y contextualizadas de los fenómenos objeto de estudio.” (ATLAS. Ti, s.f.). Además, destaca la importancia de “La subjetividad en la investigación cualitativa, señalando que esta metodología permite captar la riqueza y complejidad de los fenómenos estudiados”. “Por su parte, Vasilachis enfatiza la importancia de la interacción entre el investigador y los sujetos de estudio, y cómo esta relación puede influir en la interpretación de los datos” (Doubront G., L., s.f.).

Con base a este enfoque, este proyecto propone tres fases de implementación que están organizadas metodológicamente de la siguiente manera: Diagnóstico, análisis y desarrollo. Cada una de las fases responde a los objetivos específicos del proyecto, desde la identificación, recopilación de información, y el análisis de la planificación para lograr mejorar en la comunicación visual corporativa de la empresa Antioquia Gold LTD.

### **1.1 FASE 1: DIAGNÓSTICO**

El propósito del diagnóstico consistió en identificar el estado actual de la pieza gráfica y manual corporativo de la empresa Antioquia Gold, para facilitar una visión clara de la situación actual de las comunicaciones. De esta manera, se pretende mejorar en los elementos encontrados, nuevas oportunidades de mejorar para reforzar las comunicaciones de la empresa y diseñar estrategias.

Según Rodríguez Cauqueva (2007), “El diagnóstico es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles”.

En este sentido, para realizar el diagnóstico de las comunicaciones dentro de la empresa, se llevó a cabo varias identificaciones de distintos criterios, permitiendo analizar la aplicación de diseño (composición, color, logotipo, íconos, imagen etc.) en los diferentes medios internos y externos de la empresa. En esta fase se tuvo en cuenta el logo de Antioquia Gold LTD, el manual de identidad corporativa y piezas gráficas existentes de la empresa.

A continuación, se presentan cada elemento en detalle:

### **1.1.1 LOGO DE ANTIOQUIA GOLD:**

A partir de este diagnóstico inicial, el logotipo se evaluó con criterios como calidad gráfica, funcionalidad y pertinencia estética. Estos criterios permitirán identificar la composición gráfica y aspectos a mejorar en el logotipo, asegurando una coherencia uniforme en la apariencia visual del diseño, como en los colores, tipografía y simbología entre otros, para reflejar correctamente la identidad corporativa.

Por lo tanto, se describen los criterios considerados en la evaluación.

**Figura 2**

*Logotipo de la empresa Antioquia Gold LTD*



Nota. Imagen tomada de la base de datos Antioquia Gold LTD.

**Tabla 1**

*Rúbrica descriptiva del logotipo Antioquia Gold LTD*

<b>critérios</b>	<b>Descripción</b>
Calidad gráfica	La composición gráfica del logotipo resaltar su armonía visual y balance, reflejando el equilibrio en la composición de las montañas que representan el Corregimiento de Santiago y la ubicación de la empresa minera Antioquia Gold. Asociado con la riqueza de la biodiversidad y los valores corporativos de la empresa.
Funcionalidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. El logotipo tiene poca calidad y presenta problemas cuando se utiliza en tamaños pequeños sobre todo en aplicaciones digitales e impresos.</li> <li>II. No cuenta con una versión monocromática para adaptarse a varios formatos y su uso era limitado.</li> <li>III. El logotipo solo estaba disponible en formato JPEG, lo que dificultaba su uso en diseños con transparencia.</li> <li>IV. Se observa un defecto de desalineación en el símbolo de la montaña.</li> </ol>

Pertinencia estética                      La simbología, colores y la selección de tipografía han sido diseñados con gran detalle, reflejando la identidad de la empresa y asegurando la armonía, coherencia y funcionalidad de logotipo.

---

Nota. Esta rúbrica se utiliza para evaluar la composición gráfica general del logotipo (Ver Figura 2).

### **1.1.2 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA:**

Se analizó el contenido general actual del manual de identidad corporativa de la empresa a través de una rubrica, para determinar si tenía coherencia y reflejaba los valores corporativos de la empresa. Estas son las consideraciones identificadas que se tendrían en cuenta en la fase de desarrollo para mejorar las comunicaciones internas y externas de la empresa:

#### ***Tabla 2***

*Rúbrica descriptiva del Manual Identidad actual de la empresa.*

<b>x</b>	<b>Consideraciones Identificadas</b>
Diagramación y contenido del manual	I. La presentación del contenido es muy rígida y poco dinámica en la distribución de la información.  II. Falta de explicaciones detalladas en algunas secciones que no se profundizan bien como en colores tipografías, usabilidad, branding visual etc.  III. Falta de jerarquía visual y alineación del títulos, subtítulos y textos en las secciones del manual.

---

	<p>IV. Aspectos no abordados en el manual de la empresa, como misión y visión, nuestros valores, pilares corporativos y ¿Quiénes somos?</p> <p>V. Insuficiencia de instrucciones para aplicaciones digitales como elementos gráficos, redes sociales y sitio web de la empresa.</p> <p>VI. Falta de normativa en la dotación de la empresa, respecto al uso de logo y protocolos de uso.</p>
Logotipo y variantes	<p>I. Falta de orden en la creación del logotipo respecto a su estructura y composición.</p> <p>II. Falta de información en la creación del logotipo, como su presentación y descripción.</p>
Tipografía corporativa	Carencia de información detalla sobre la tipografía del nombre “Antioquia Gold LTD” y el uso tipográfico de la fuente complementaria “Roboto”.
Paleta de colores	La paleta de colores es complementaria, sin embargo, se recomiendan agregar una definición descriptiva para mayor claridad y, además, adjuntar el orden de los colores en la sección del manual “Color”.
Usos no permitidos	La sección de “Usos nos permitidos” está completa, sin embargo, no se incluye el “Usos permitidos” del logotipo, como en blanco y negro.

---

Nota. Esta rúbrica se emplea para analizar el contenido general del *Manual de identidad corporativa* actual de la empresa Antioquia Gold LTD. Para más detalles, consulte el manual en [manual AGD](#)

### 1.1.3 PIEZAS GRÁFICAS ANTERIORES:

Se analizaron los elementos gráficos publicados diferentes plataformas de redes sociales que utiliza la empresa: Facebook, LinkedIn e Instagram, incluyendo publicaciones enviadas por medio de correos masivos y que proyectan las imágenes al interior de la compañía. De los elementos gráficos, se evidencia que las publicaciones son iguales en las redes sociales, de estas publicaciones se identifica:

**Figura 3**

*Referencia visual: piezas gráficas*



Nota. Estas Imágenes son tomadas de las redes sociales de Antioquia Gold LTD.

**Tabla 3***Rúbrica descriptivas piezas gráficas Antioquia Gold LTD.*

<b>Piezas gráficas</b>	<b>Consideraciones Identificadas</b>
Tarjeta de cumpleaños y carteles.	<p>I. La composición de los elementos gráfico, en términos de ilustración, imágenes, texto y logotipo, está bien distribuido. Pero, el espacio de los textos podría mejorarse con mayor legibilidad.</p> <p>II. El efecto verde sobrecarga la composición, opacado la imagen y la lectura del texto, lo cual esto disminuye su impacto visual.</p> <p>III. Los elementos gráficos reflejan los valores corporativos de la empresa Antioquia Gold (sostenibilidad y comunidad). Pero, falta coherencia en el estilo gráfico.</p> <p>IV. El logotipo presenta baja calidad en las publicaciones.</p> <p>V. Se utilizan efectos muy excesivos en las fotografías de color verde, lo cual dificulta la visualización de detalles importantes.</p>

Nota. Esta rúbrica se utiliza para analizar las piezas gráfica actual de la empresa (Ver Figura 3).

Estas piezas gráficas serán el punto de partida para la siguiente fase Análisis, que permitirán orientar el diseño de nuevas piezas gráficas para la comunicación de la empresa y buscar oportunidades de mejora en la composición gráfica, asegurando que la información se comunique de manera clara y concisa a los colaboradores y comunidades.

## 1.2 FASE 2: ANÁLISIS

La fase de análisis en la metodología de proyecto describe los hallazgos de la Fase 1: Diagnóstico para examinar y convertir la información en requerimientos de diseño que sean utilizados en mejora en la comunicación visual corporativa de la empresa.

Por lo tanto, “La fase de Análisis en la metodología consiste en interpretar los elementos visuales existentes, así como los procesos de comunicación implementados por una empresa u organización. Este análisis incluye la revisión de la identidad visual, las piezas gráficas y las estrategias de comunicación previas, identificando sus fortalezas, debilidades. De esta manera, se podrá comprender cómo los mensajes visuales impactan a la audiencia y cómo pueden alinearse mejor con los valores y objetivos de la empresa.” (OpenAI,2024).

A continuación, se comparten los aspectos analizados de esta fase:

**Tabla 4***Análisis de la Comunicación Gráfica de Antioquia Gold LTD.*

<b>Aspectos analizados</b>	<b>Elementos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Oportunidades de diseño y/o mejora</b>		
Comunicación interna (Correos masivos)	I.	Edición de videos	<p>Los canales de comunicación interno de la empresa, como el correo masivo y las pantallas se encuentran en varias áreas de la operación minera (comedor, oficinas, administración y salidas de las minas Guayabito y Guaico). Son importante para garantizar el flujo de información a los colaboradores.</p> <p>Las comunicaciones externas de Antioquia Gold son divulgadas en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn, para proyectar su imagen corporativa desde la responsabilidad social, sostenibilidad ambiental, gráficos y videos que realizar con sus empleados y visitantes que recibe en sus instalaciones.</p>	I.	Diseñar plantilla definitiva para las tarjetas de cumpleaños.
	II.	Infografías.		II.	Asegurar una línea gráfica coherente en los elementos gráficos enviados al correo masivo y pantalla.
	III.	Correos masivos.		III.	Utilizar correctamente el color verde corporativo, evitando la saturación excesiva en imágenes o información con propósito de que facilite la lectura de la información y resalte los detalles.
	IV.	Pieza gráfica fechas conmemorativas.			
	V.	Pieza gráfica informativa y/o actividades.			
	VI.	Tarjeta de Cumpleaños.			
Comunicación externa (Redes sociales: Facebook, Instagram & LinkedIn)	I.	Edición de videos sobre reunión, día de fecha conmemorativa	<p>Las comunicaciones externas de Antioquia Gold son divulgadas en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn, para proyectar su imagen corporativa desde la responsabilidad social, sostenibilidad ambiental, gráficos y videos que realizar con sus empleados y visitantes que recibe en sus instalaciones.</p>	I.	Diseñar gráficos coherentes en las redes sociales utilizando banco de imágenes en Adobe Stock, Envato u otra página gratuita.
	II.	Fotografía actividades con las comunidades.		II.	Preservar la calidad del logotipo.
	III.	Piezas gráficas informativas y/o actividades.		III.	Garantizar una composición gráfica entre los elementos de la ilustración, imagen y texto acorde a la empresa.
	IV.	Piezas gráficas para fecha conmemorativa.		IV.	Evitar el uso de efectos de verde u otros colores que afecten las publicaciones en las redes sociales que no permitan visualizar la información.
Material Gráfico (Impresos & Plantillas)	I.	Señalización para la operación minera.	<p>Áreas como Social y Ambiental requieren apoyo en el diseño de materiales gráficos para proyectos sociales con las comunidades y para</p>	V.	Realizar publicaciones que comuniquen la sostenibilidad y proyecto educativo en la comunidad y empresa.
	II.	Diplomas y certificados.		I.	Guardar los archivos en la base de datos de la empresa para futuras impresiones y modificaciones en formato editable como PDF, Adobe Illustrator y EPS.

Manual de Identidad Antioquia Gold	III.	Plantilla para presentaciones.	la operación minera. Por ello, estos archivos impresos son guardados en la base de datos de la empresa para futuras ediciones e impresiones.	II.	Verificar que los archivos tengan buena calidad a la hora de impresión.
	IV.	Diseño de chaqueta u otra materia gráfica.		III.	Incluir elementos gráficos como iconos, ilustraciones o imágenes en los diseños.
	I.	Mejora la identidad corporativa, incluyendo la corrección del logo	El manual de identidad es esencial para fortalecer la imagen de la empresa, transmitiendo sus valores y pilares corporativos, y manteniendo una coherencia visual en las comunicaciones. Por lo tanto, en la fase 1: Diagnóstico, se identificaron fallas en el manual.	II.	Consolidar la solidez de la línea gráfica corporativa para brindar una mayor coherencia y orden en la información.
				III.	Reorganizar la diagramación del manual e incorporar la información faltante, como definiciones y contenido que debe tener un manual corporativo
				IV.	Corregir y adaptar el logotipo para aplicaciones digitales e impresas.

---

Nota. Esta tabla corresponde al análisis y las relaciones de mejora en la empresa

Antioquia Gold LTD, corroborado en la información de la base de datos de la empresa y en la información que se divulga diariamente a través de medios internos y externos.

### 1.3 FASE 3: DESARROLLO

En la fase de desarrollo, se concretan las para la empresa con base a las oportunidades de mejora que se describen en la Tabla 1: Análisis de la Comunicación Gráfica de Antioquia Gold. Por lo tanto, en esta fase se describe el diseño de cada uno de los elementos gráficos y en las propuestas gráficas a implementar como estrategia comunicación en los diseños y creación de nuevas piezas gráfica en la empresa Antioquia Gold. En este sentido, "Los elementos gráficos incluyen todos aquellos detalles visuales adicionales que complementan y enriquecen la identidad visual, como iconos, patrones,

ilustraciones y otros gráficos decorativos" (CEI., S.f). De igual manera, se describen el aspecto analizado en la fase 2: Análisis, las oportunidades de diseño y/mejorar:

### **1.3.1 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA:**

A nivel de comunicación, se desarrollaron piezas gráficas definitiva, como la tarjeta de cumpleaños, con la finalidad de comunicar las felicitaciones y buenos deseos a los empleados. Se diseñaron las plantillas con un sentido de pertenencia, haciendo el uso del manual corporativo, manteniendo una línea gráfica alineada con la compañía. Asimismo, se diseñó infografía para facilitar la comunicación de la información y datos más complejos de manera visual y sencilla a los empleados. Además, se proponen piezas gráficas internas y externas que faciliten la información de las actividades o fechas conmemorativas, alineándose con los valores corporativos de la empresa y resaltando su compromiso con la responsabilidad social, la sostenibilidad y el bienestar de sus empleados. Considerando la estrategia de comunicación visual en cada diseño, que permita a la empresa comunicar y transmitir sus ideas y valores a través de los elementos visuales.

### **1.3.2 MATERIAL GRÁFICO:**

Se diseñaron señalización, certificados, plantillas para presentaciones y otros elementos que requerían las áreas como social y ambiental, diseños dirigidos para proyectos sociales con las comunidades y la operación minera, como las señalizaciones en los puntos de acopio de residuos en la mina Guaico y Guayabito, teniendo cuenta la sugerencia o solicitud que requerida en el diseño.

En cada diseño se utilizaban los colores corporativos de la empresa que refleje su esencia, valor e identidad, para obtener piezas composiciones gráficas mediante el uso de

iconos, imágenes, figuras y fuentes corporativa, con el propósito de transmitir la información de clara y comprensible para los empleados y colaboradores.

### **1.3.3 MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL & LOGO:**

Durante la fase 1: Diagnóstico, se identificaron deficiencias destacadas en el Manual de Identidad y el logotipo de la empresa. En la Fase 2, se definió las oportunidades de diseño con base en la información identificada en la Fase 1 para transfórmalas en oportunidades de mejorar implementado un conjunto de acciones diseñadas para transmitir una comunicación coherente a través de la estrategia de comunicación visual. Permitiendo mejorar el contenido visual, reflejando el manual y logotipo con la finalidad de mejorar su presentación visual reflejando sus valores y pilares corporativos, reestructurando la información de manera más ordenada, incorporando información que hacía falta tanto para el manual como el logotipo. De la misma manera, se amplió la información vinculada con souvenirs y materiales gráficos para reforzar la identidad visual, guardando el contenido el contenido en alta calidad para su uso correcto en las diferentes plataformas digitales y materiales impresos.

Cada una de las fases que se detallan en la metodología del proyecto contribuyó significativamente a la comunicación visual y corporativa de la empresa Antioquia Gold. Aportando de manera ordenada un diagnóstico un diagnóstico sobre la situación actual de comunicaciones gráficas de la empresa, analizando cada elemento y estableciendo propuestas de diseño basadas en los hallazgos. De esta manera, se diseñaron cambios en cada una de las propuestas de manera coherente visualmente, alineándose a los valores corporativos.

## 2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La práctica empresarial se articula con la línea de investigación de Diseño, Desarrollo social e innovación, del grupo de investigación de la Facultad de Diseño Asimétrico. Esta línea de investigación aborda temas de interés en el desarrollo sostenible, desarrollo local, cultural, recreación y diseño. Durante este proceso, la práctica empresarial se enfoca en la implementación de la Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa en la empresa Antioquia Gold LTD, que busca comunicar los valores de la compañía a través de las piezas gráficas para las comunicaciones internos y externos de la compañía, dirigido a los colaboradores y comunidades con una proyección coherente con las publicaciones en los canales que dispone la compañía

## 3 ALCANCE

**Descriptivo:** Durante el desarrollo del proyecto Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa, se llevaron a cabo diversas actividades durante la práctica. El proceso comenzó enfatizando la evaluación de tres fases implementadas en la metodología, con un enfoque cualitativo. Tras la implementación de las fases diagnóstico, análisis y desarrollo, facilito el diagnóstico de la situación actual de las comunicación visual y corporativa de la empresa. Se desarrollaron pieza gráfica como infografías, material gráfico conmemorativo, plantillas predeterminadas para la tarjeta de cumpleaños, pósters informativos, y edición de videos, actualización, así como la modificación del manual y mejorar en el logotipo.

Asegurando que la identidad visual en cada diseño transmitiera de manera efectiva y coherente los valores, misión, visión y profesionalismo de la empresa, teniendo en cuenta la tipografía, paleta de colores, identidad de la empresa, y los bancos de imágenes e iconos de adobe stock para realizar composiciones gráficas para reforzar la comunicación. A partir de

estos cambios, se realizó una propuesta de mascota corporativa, con el propósito de mejorar su imagen y aportarle un aspecto más profesional y cercano de la empresa.

#### **4 TIPO DE PASANTÍA**

Esta práctica se contextualiza en el Acuerdo 05 de agosto 4 de 2021. Consiste en llevar a cabo las actividades designadas durante el desarrollo de la práctica y, simultáneamente, elaborar una propuesta que aborde y contemple la problemática planteada en este proyecto.

#### **5 GRUPOS DE INTERÉS**

Durante la práctica en la empresa, se realizaron actividades con diversos grupos de interés internos, cuya participación fue fundamental en la implementación de la estrategia de comunicación visual y corporativa. Entre los cuales están las áreas Ambiental, Social, Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), Administración, Gestión Humana, Tecnología de la Información (IT), quienes necesitaron apoyo en diseños de piezas gráficas, infografía, presentaciones y otros materiales gráficos para comunicaciones internos y externos.

Al interactuar con las áreas relacionadas con la comunicación permitió que la información reflejara y transmitiera los mensajes esperados a los empleados, asegurando que la información fuera coherente con la identidad visual corporativa de Antioquia Gold LTD, y fomentando comprensión de las actividades, eventos e información, que se busca divulgar a través de los medios internos y externos de la empresa.

En relación con esto, se utilizaron instrumentos cualitativos, tales como encuestas y formulario de entrevistas con preguntas abiertas que permitieron recopilar opiniones y

retroalimentaciones de estos grupos interés sobre la implementación y desarrollo de la estrategia de comunicación visual aplicada en el manejo de la información de la empresa. Los resultados mostraron opiniones y percepciones sobre la efectividad de la estrategia, destacando una valoración positiva en la comunicación de la empresa por parte de los grupos interés.

## **6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

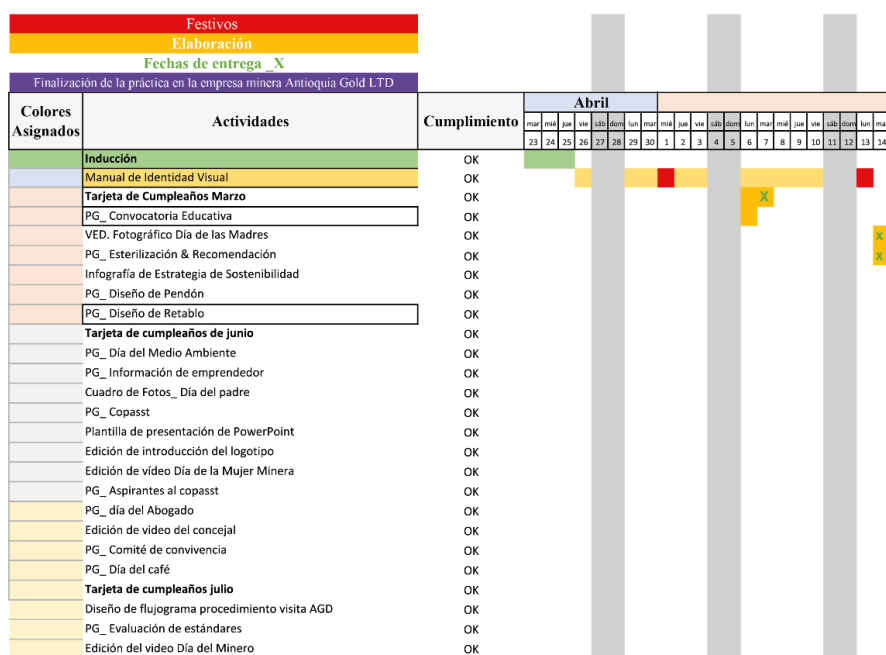
En esta etapa, registrarán los resultados obtenidos durante la práctica empresarial, los cuales incluyen la creación de piezas gráficas como infografías, imágenes, edición de videos, diapositivas y manual de identidad corporativo, entre otros. Estos productos, derivados del proceso, se registrarán en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, siguiendo las recomendaciones evidenciadas en el proceso. También el proyecto será registrado en el CVLac como parte del proceso de socialización y finalización de la práctica. Además, se subirán a la plataforma de Behance, el resultado de los diseños realizados durante la pasantía como aporte bajo las indicaciones y sugerencias del tutor asignado y jefe del área en el cual se tuvo la práctica.

## 7 CRONOGRAMA

A continuación, se presentan las actividades realizadas durante cada etapa de la práctica. Adicionalmente en el apartado de Anexos, se insertará fotografías de algunos diseños que fueron impresos para la zona operación minera Antioquia Gold.

**Figura 4**

*Cronograma de actividades durante la práctica en Antioquia Gold LTD*



Nota. Este cronograma detalla las actividades realizadas durante la práctica en la empresa AGD. [Haga clic aquí para ver más detalles.](#)

## 8 RESULTADOS

Teniendo en cuenta el desarrollo del apartado metodológico, en este apartado, se presentan los resultados de los productos derivados de las actividades realizadas durante los 6 meses de práctica, abarcando la descripción de la tipología de los diversos productos de este proyecto, objetivos operativos, tiempos de entrega y las evidencias presentadas en este proyecto.

### ***Tabla 5***

*Tipologías de los productos derivados de las actividades de práctica.*

<b>Productos</b>	<b>Naturaleza de la obra / En diseño</b>
Manual de identidad visual Tarjeta de cumpleaños marzo PG _ convocatoria educativa VED. Fotográfico día de las madres PG _ esterilización & recomendación Infografía de estrategia de sostenibilidad PG _ Diseño de Pendón PG _ Diseño de Retablo Tarjeta de cumpleaños de junio PG _ Día del Medio Ambiente PG _ Información de emprendedor Cuadro de Fotos _ Día del padre PG _ Copasst Plantilla de presentación de PowerPoint	Obra o creación efímera / producto gráfico  Estos productos identificados como 'obra o creación efímera' son productos gráficos que dependerá de la memoria reconstructiva para ser preservados y de construir de nuevo su existencia. En este caso en el Manual de Identidad visual, tiene una duración limitada ya que puede evolucionar en cuanto a la imagen corporativa y la parte conceptual de la empresa minera para reflejar sus cambios.
Membretes internos y externos definitivos Señalización en la Zona de Operación Minera Diseño y portafolio de los nuevos valores corporativos	Obra o creación permanente / producto gráfico: membretes, sistemas de señalética identidad Corporativa.  los productos identificados como 'obra o creación permanente' se refiere aquellos diseñados cuya existencia pretende ser ilimitada en el tiempo, es decir su existencia es sin límite de tiempo establecido. Por lo tanto, son productos gráficos que sigue funcionando a lo largo del tiempo contribuyendo estratégicamente en el entorno que esta operado.

Nota general. Cada producto derivado se clasifica según las tipologías categorizadas por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2016), las cuales se definen con base en su duración y el propósito en la acción de creación. Dentro de estas tipologías se encuentran: Obra o creación efímera, permanente y procesual.

Nota específica. Ver la lista completa 'obra o creación efímera / producto gráfico' en Anexo A.

## 8.1 ACCIONES DE MEJORA Y PROPUESTAS REALIZAS EN LA PRÁCTICA

### *Figura 5*

#### *Manual de Identidad Visual*



Nota. El objetivo principal fue actualizar y mejorar el manual de identidad visual de la empresa, reorganizado el contenido general y la información relevante sobre sus valores corporativos y materiales gráfico. También en el mejoramiento del logotipo y detalles de sus características. Este proceso se llevó a cabo en un tiempo de entrega aproximado de 18 días. A través de esta implementación, se pretendía garantizar la coherencia en el contenido y la funcionalidad del manual, representado de manera correcta la imagen que desea proyectar la empresa. Para ver el contenido completo del Manual de Identidad Visual, incluyendo el mejoramiento del logotipo, así como el antes y después, dirigirse al **Anexo B.**

**Figura 6***Tarjea de Cumpleaños Plantilla*

Nota. Se diseñan dos plantillas de tarjetas de cumpleaños para mejorar la presentación, utilizando colores y detalles gráficos conversado la coherencia visual con otros materiales gráficos. Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**.

**Figura 7***Infografía \_ Resultado de Apoyo a los emprendimientos*

Nota. Con la intención de mejorar la comprensión de datos, se desarrollan infografías visuales utilizando recursos visuales como los colores e iconos, para transmitir

la información de manera visualmente enriquecedora y fácil de entender. Asegurando que la información llegue a los colaboradores de manera clara y facilite su comprensión adecuada.

### **Figura 8**

#### *Diseño de Pendón*



Nota. Se diseñó un pendón solicitado por el área social, con la información enviada. Se utilizaron colores, tipografía e imagen representativas que comunicara de manera clara los proyectos del área social de la empresa. Al mismo tiempo, se elaboró un mockup para mostrar una vista previa y realiza del producto, y cómo se aplicaría el diseño.

**Figura 9***Pieza gráfica\_ Información para emprendedor*

**¿Eres emprendedor?  
¿Tienes una iniciativa productiva?**

En **julio** estaremos celebrando **la Semana del Minero** y vamos a tener un espacio para nuestros colaboradores que tienen iniciativas productivas, que le apuestan al emprendimiento

Si usted o alguno de sus compañeros de área elabora productos artesanales, gastronómicos, ofrece servicios artísticos o cualquier otra iniciativa local, los invitamos a presentar una breve descripción de su proyecto, compartir fotografías y cualquier otro detalle relevante al correo:

[comunicaciones@antioquiagold.com](mailto:comunicaciones@antioquiagold.com)

**Hasta el viernes 14 de junio de 2024.**

Se evaluarán las propuestas y se seleccionarán las que puedan ser expuestas y comercializadas durante los eventos de la Semana del Minero.

**ANTIOQUIA  
GOLD LTD**

**En Antioquia Gold  
valoramos el  
talento de nuestros  
colaboradores y  
sus iniciativas  
productivas.**

**OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE**

Nota. Esta pieza gráfica se diseña para promocionar el emprendimiento dentro de la empresa, dedicado un espacio visible para comercializar los productos de los colaboradores. Este diseño integra colores cálidos e imágenes para promocionar la información sobre la iniciativa productiva y motivar a los colaboradores a participar en esta actividad resaltando el apoyo de la empresa, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

**Figura 10**

*Pieza gráfica copasst*



Nota. Se diseña una pieza gráfica que comunica de manera clara y efectiva la importancia del COPASST en la empresa, utilizando recursos visuales como imagen de un colaborador en un contexto industrial, colores corporativos y tipografía. Con el propósito de informar a los colaboradores sobre el proceso del COPASST, reforzando su participación en el comité paritario de seguridad y salud en el trabajo.

**Figura 11**

Diseño de flujograma procedimiento visita AGD



Nota. Se desarrolló un diagrama que detalla los pasos y procedimientos para visitar las instalaciones de la empresa Antioquia Gold. Este esquema, está diseñado como una herramienta visual de manera coherente con la línea gráfica de la identidad visual, facilitando así la comprensión del documento y la gestión de visitas.

Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**.

**Figura 12**

Infografía Ambiental\_ Polilla



Nota. Infografía informativa sobre una polilla, exponiendo sus datos científicos y su importancia en la conservación y cuidado dentro de las instalaciones de la empresa. Por eso, se diseñó un diagrama bien definido con la fotografía de la polilla, eliminando el fondo y obtener una imagen más limpia, incluyendo texturas, sombras y colores que generan un orden visual, poniendo énfasis en lo gráfico y la información.

### ***Figura 13***

*Diseño y portafolio de los nuevos valores corporativos*



Nota. Se llevó a cabo la actualización de los íconos que simbolizan los valores corporativos de la empresa (compromiso, respeto y trabajo en equipo, identidad con la empresa, iniciativa y optimismo, comunicación, seguridad), con la finalidad de reflejar de manera más precisa y actualizada su identidad, misión y visión. A través de una campaña de expectativa, se difundió la actualización de estos valores mediante los medios internos destinados a todas las áreas de la empresa. Con el propósito de fomentar su identidad, sentido de pertenecía y que cada área demuestre el valor de su trabajo diario dentro de la compañía, Por esta razón, para el diseño de portafolio de valores, se realizó un mockup de camisas tipo polo de manga corta, que estará acompañado de souvenir para dar su

continuidad a la campaña de expectativas de los valores dentro de la empresa para el año 2025.

Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**.

### ***Figura 14***

#### *Actualización \_ Mascota Corporativa*

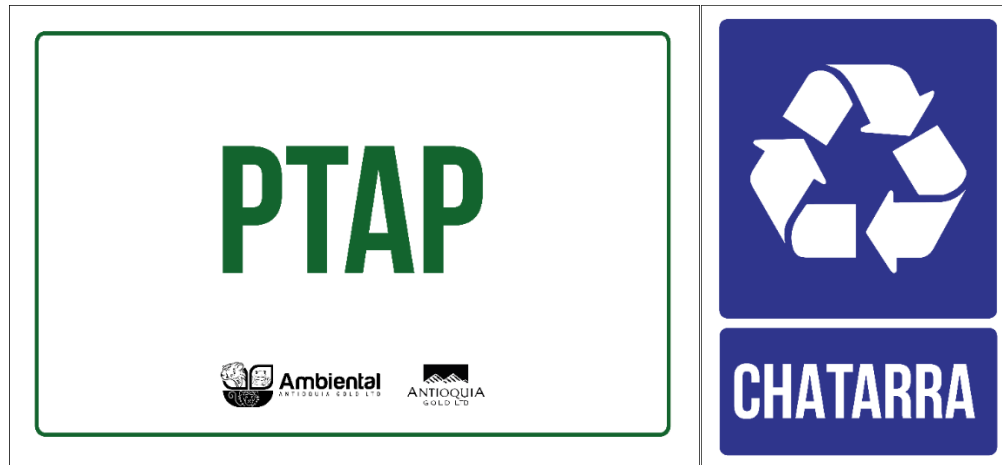


Nota. En el proceso de actualización de la mascota, se creó un Moodboard para representar de manera visual idea y conceptos mediante imágenes, colores y referencias de mascotas industriales, para desarrollar la idea se consultó la opinión del Gerente Sostenibilidad en cuanto al proceso de digitación. También se realizó un análisis de la mascota existente, para reconocer oportunidades de mejorar en el diseño.

Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**

### Figura 15

#### *Diseño de Señalización en la Zona de Operación Minera*



Nota. En un lapso dos semanas, se diseñaron las señalizaciones para la zona de operación minera en la empresa Antioquia Gold, específicamente para las zonas de acopios de basura, acopio de residuos peligrosos, canecas de residuos, vertimiento de agua, planta de tratamiento de aguas, entre otros, con el objetivo de garantizar la seguridad en el área de circulación del personal de trabajo con la buena práctica, la protección ambiental y responsabilidad social. Por eso razón, en este diseño se tuvo en cuenta el "Catálogo Covadonga Señales de Seguridad 2018", que define las indicaciones sobre el uso correctos de colores, tamaños, material, normativa de cumplimiento, altura etc., para realizar el diseño de señales. Por otro lado, también se realizó señalizaciones personalidad en la empresa, teniendo en cuenta el reglamento de señalizaciones de la empresa, para asegurar con los estándares establecidos.

Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**

**Figura 16****Certificado de niños y profesores (Normalista)**

Nota. Se diseñaron 215 certificado en total para niños de Porce, Santiago Falda de Nus, Santo domingo y Cisneros por su reconocimiento y participación en el proyecto **“Escribir y recordar sobre nuestro territorio: ¡Es todo un cuento!”** Gestionado por el Área social de Antioquia Gold con la colaboración de los Normalistas y Alcandía de Santiago y Cisneros. Pare diseñar los certificados, se utilizó 3 vectores gratuitos con temática educativa primaria, al mismo tiempo se eligieron colores y exploración de tipografía acorde al público objetivo. Asimismo, asegurando la coherencia visual y claridad en la Información suministrada y en los elementos gráficos.

Por otro lado, se diseñaron 7 certificado para Normalistas por su participación en el proyecto. Basados el diseño anterior, se modificó para adaptarlo a este nuevo público objetivo, seleccionando un color adecuado, eliminando elementos gráficos infantiles y modificando la información para que el contenido en general fuera más forma para su categoría educativa.

Para ver la actividad que se llevó a cabo en el Corregimiento de Santiago y entrega de los certificados, dirigirse al **Anexo A**.

Para ver el documento completo, dirigirse al **Anexo B**.

Nota. Las actividades adicionales se visualizan en *Anexo D*, por categoría: Materiales informativos, Materiales infográficos y piezas gráficas para fechas conmemorativas, y en videos en *Anexo C*.

## 9 RECOLECCIÓN DE DATOS CUALITATIVOS

Una vez finalizada la práctica, se lograron resultados positivos en la mejora de la comunicación de la empresa, lo que evidencia los resultados obtenidos en este proyecto. Con el fin de conocer la opinión de los colaboradores en relación con la estrategia de comunicación visual y corporativa se comparten la encuesta y formulario de entrevista para conocer su apreciación sobre la mejora en la comunicación de la empresa.

### 9.1 RESULTADO DE LA ENTREVISTA A TRAVÉS DE FORMULARIO

**Preservación del anónima:** Con el fin de respetar la privacidad y confidencialidad de los participantes, no se presentarán los nombres de ningún dato personal que permita su identificación. Las respuestas se han registrado de manera 'Anónima' y se utilizarán exclusivamente para fines académicos dentro del presente proyecto de grado.

La entrevista fue diseñada para recopilar opiniones y percepciones relevantes para el desarrollo de este estudio, asegurando en todo momento la confidencialidad de la información proporcionada por cada participante. En la entrevista participaron coordinadores de las áreas Ambiental, Comunicaciones, Gerencia corporativa, Social y SST, su participación permitió evidencia una perspectiva más amplia sobre la mejora y efectividad de la comunicación de la empresa, dado que como coordinadores están corriente de los procesos y desafíos dentro de la empresa.

**Tabla 6**

*¿Cómo percibe la efectividad de las piezas visuales utilizadas por Antioquia Gold en sus comunicaciones internas y externas?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Excelente. Los conocimientos en diseño y publicación han sido puestos al beneficio y crecimiento de la empresa. Un trabajo increíble.
Anónimo 2	Los colores, la fuente tipográfica y los elementos gráficos utilizados para las piezas hacen que el mensaje llegue de manera adecuada.
Anónimo 3	Adecuadas, pero no hemos evaluado el impacto de ellas o el tráfico que generan Si en el público.
Anónimo 4	Muy asertivas, claras y efectivas
Anónimo 5	Son originales, creativas y llamativas, garantizan que el lector se concentre en conocer la comunicación

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 7**

*Considera que los elementos visuales presentes en la imagen (colores, tipografía, iconos y el uso de ilustraciones) logran transmitir de manera efectiva el mensaje de bienestar y cuidado que Antioquia Gold quiere comunicar a sus empleados.*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Si, logra transmitir de manera efectiva.
Anónimo 2	Sí por lo mencionado en la pregunta anterior. Los elementos gráficos realizados con los colores correctos hacen que el mensaje sea más efectivo.
Anónimo 3	Si
Anónimo 4	Si
Anónimo 5	Si, estos son adecuados para lo que se pretende transmitir

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 8**

*En su opinión, ¿las piezas de comunicación desarrolladas, como infografías y presentaciones, satisfacen las necesidades de difusión de información dentro de la empresa? (Sí/No). ¿Por qué?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Las infografías cumplen a cabalidad las necesidades de la empresa para transmitir una información.

Anónimo 2	Sí, de lo contrario no serían efectivas para el público, ya que estas son utilizadas para comunicar procesos complejos o de mucha información de manera más dinámica.
Anónimo 3	Si, porque siguen la línea editorial de la empresa
Anónimo 4	Si, porque su contenido es claro para todo tipo de publico
Anónimo 5	Si, es algo diferente a lo que se estaba utilizando en la compañía y da un valor agregado a cada área que es usuaria

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 9**

*¿Qué mejoras sugeriría en el diseño de las publicaciones de fechas conmemorativas o mensajes en redes sociales para que reflejen mejor la identidad de Antioquia Gold?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Ninguna.
Anónimo 2	Las fotografías siempre serán el punto de partida para una pieza gráfica, es posible que en este punto sea más fuerte para mejorar.
Anónimo 3	Que se conecten con el negocio minero
Anónimo 4	Menos texto
Anónimo 5	Tratar de ilustrar el alma de la organización que son sus colaboradores en sus diferentes procesos

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 10**

*¿Cree que la actualización del manual de identidad visual ha mejorado la imagen de la empresa? ¿Por qué?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Si
Anónimo 2	Si mejoró, más limpio más información de diagramación del logo.
Anónimo 3	Si, tiene más orden institucional
Anónimo 4	Si
Anónimo 5	Si, por que es una idea diferente de comunicar la identidad de la empresa.

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 11**

*¿Cómo percibe la coherencia de la identidad visual de Antioquia Gold en las diferentes plataformas de comunicación (redes sociales, presentaciones, publicaciones)?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Es clara y ayuda a fortalecer el mecanismo participativo.
Anónimo 2	Que hay una unidad entre todas las redes.
Anónimo 3	Vamos mejorando, pero no se ha logrado que todas las áreas usen las plantillas.
Anónimo 4	Cumple con el objetivo, el cual es mostrar la gestión que se hace desde Antioquia gold a las comunidades
Anónimo 5	De muy buena calidad

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 12**

*¿Qué tipos de imágenes o diseños creen que podrían ayudar a comunicar mejor los valores y la misión de la empresa?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Las festividades es importante publicarlas.
Anónimo 2	Infografías y piezas donde se resalte la importancia de lo que se va a comunicar.
Anónimo 3	Imágenes reales de personas trabajando en la mina.
Anónimo 4	Sociales, ambientales y biodiversidad
Anónimo 5	Imágenes en caricaturas

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 13**

*¿Qué aspectos visuales cree que podrían optimizarse en las comunicaciones para generar un mayor impacto y conexión con las comunidades a las que Antioquia Gold llega?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Ninguno
Anónimo 2	Fotografías con elementos gráficos que apoyen lo que no pueda contar la foto.
Anónimo 3	Generar contenido con acción local y testimonio de cliente externo
Anónimo 4	Experiencias significativas, sociales, ambiental
Anónimo 5	Generar un semanario, o revista trimestral

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 14**

*¿Hay algún comentario adicional o tema que le gustaría incluir que no hayamos abordado en esta encuesta?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	No
Anónimo 2	No.
Anónimo 3	Debemos asegurar conectar los mensajes con entidades o autoridades que necesitamos que nos validen
Anónimo 4	No
Anónimo 5	Ninguno, el trabajo es satisfactorio para los usuarios

Nota. Resultados de la entrevista realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

Los resultados reflejan que:

Los encuestados perciben positivamente los trabajos realizados y las mejoras de la empresa, destacando su originalidad, claridad y efectividad a través de los colores, fuentes y los elementos utilizados en cada trabajo para transmitir la información de manera más limpia mediante infografías, piezas gráficas y presentaciones más dinámicas, lo que mejora la comprensión de la información e ideas. Además, resaltan que se mejoró el manual de identidad corporativa, logrando un diseño más limpio, con una diagramación e información más institucional de la compañía.

Asimismo, los encuestadores sugieren y enfatizan la importancia de utilizar fotografías propias de la empresa como el punto de partida para piezas gráfica u otros elementos gráficos, para seguir reforzando la identidad de la empresa entre los colaboradores a través de los medios internos y externos, en el concepto ambientales, sociales y mineros de la compañía, mediante testimonios y formatos de revista trimestral y Boletín de prensa.

En general, no se identifican comentarios adicionales en la implementación de la estrategia de comunicación visual y corporativa. Se evidencia que el trabajo ha favorecido la comunicación de la empresa.

### 9.1.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA

**Preservación del anónima:** Con el fin de respetar la privacidad y confidencialidad de los participantes, no se presentarán los nombres de ningún dato personal que permita su identificación. Las respuestas se han registrado de manera 'Anónima' y se utilizarán exclusivamente para fines académicos dentro del presente proyecto de grado.

La encuesta fue diseñada para obtener diversidad de opiniones y experiencias de diferentes áreas y obtener una visión más completa sobre la implementación de la estrategia de comunicación visual y corporativa dentro de la empresa. En la encuesta participaron empleados de las diferentes áreas como SST, Planeamiento, administración, Biólogo, Ambiental, Geomecánica, Obra civiles y IT.

#### **Tabla 15**

*¿Cómo percibes el diseño gráfico que utiliza actualmente la compañía para las comunicaciones?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	El diseño gráfico de la compañía es adecuado y cumple con los estándares visuales esperados. Mantiene coherencia en colores, tipografías y estilo, lo que refuerza la identidad de marca de manera efectiva.
Anónimo 2	Excelente
Anónimo 3	Muy buenos
Anónimo 4	Tiene un enfoque creativo y dinámico muy expresivo que comunica la intencionalidad en cada color y elemento gráfico que emplea

Anónimo 5	Considero que es un diseño gráfico agradable a la vista, comunica correctamente el mensaje a transmitir y los colores y diseño son acordes al mensaje lo que hace más llamativa la campaña.
Anónimo 6	Excelente
Anónimo 7	Muy bonito y muy bien hecho
Anónimo 8	Puede mejorar
Anónimo 9	Me parece ha evolucionado y presentan mucho más dinamismo
Anónimo 10	Muy acorde con la empresa
Anonymou 11	Se percibe un esquema simple y visualmente limpio, poco saturado

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

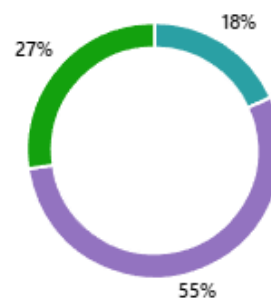
**Tabla 16**

*Del 1 al 5 Evalúe las publicaciones en las redes sociales de la empresa. Siendo 1 poco creativo y 5 muy creativo.*

	Respuestas
Anónimo 1	Muy creativo
Anónimo 2	Creativo
Anónimo 3	Creativo
Anónimo 4	Muy creativo
Anónimo 5	Creativo
Anónimo 6	Muy creativo
Anónimo 7	Creativo
Anónimo 8	Moderadamente creativo
Anónimo 9	Creativo
Anónimo 10	Creativo
Anónimo 11	Moderadamente creativo

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

● Poco creativo	0
● Poco atractivo	0
● Moderadamente creativo	2
● Creativo	6
● Muy creativo	3



**Tabla 17**

*De acuerdo con la evaluación anterior, en términos de creatividad y capacidad de información. ¿La información se comunica de forma clara? Sí/No ¿Por qué?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Sí, la información se comunica de forma clara. El diseño gráfico está estructurado para facilitar la lectura y comprensión, utilizando elementos visuales que resaltan los puntos clave y mejoran la retención del mensaje.
Anónimo 2	Si
Anónimo 3	Si; es precisa, concisa y gráfica
Anónimo 4	Considero que sí, tiene una buena capacidad de comunicar los conceptos de forma visual que logra conectar con las personas
Anónimo 5	Si, el complemento visual a los mensajes que se quieren transmitir lo convierten en una herramienta sumamente efectiva al momento de comunicar la información al público objetivo.
Anónimo 6	Si. Es muy buena.
Anónimo 7	Si, la información es precisa y clara
Anónimo 8	En cuanto a claridad, cumple con el propósito. El diseño es el que debe trabajarse con el fin de transmitir también nuestra imagen y marca.
Anónimo 9	Si, es concreta y global para todas las personas
Anónimo 10	Si
Anónimo 11	Si, el contenido es puntual y preciso sobre el mensaje que se quiere transmitir

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 18**

*¿Consideras que las piezas gráficas fortalecen la comunicación interna entre colaboradores y otras dependencias importantes de la operación Antioquia Gold?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Sí, las piezas gráficas fortalecen la comunicación interna entre los colaboradores y las dependencias de Antioquia Gold. Facilitan el entendimiento rápido de la información clave, promoviendo la colaboración y alineación entre los equipos operativos y administrativos.
Anónimo 2	Si
Anónimo 3	Si
Anónimo 4	Si lo creo
Anónimo 5	Si considero, pues los mensajes anteriormente no se transmitían de la manera correcta, ahora las ayudas graficas han permitido que trabajadores y áreas se cuestionen sobre lo que en ellos está escrito.
Anónimo 6	si

Anónimo 7	Si, son muy importantes también para poder aclarar la atención de la mayor cantidad de personas
Anónimo 8	Si.
Anónimo 9	Si
Anónimo 10	Si
Anónimo 11	Si, las piezas graficas captan con mayor facilidad la atención del público objetivo. Es un enfoque diferencial en un entorno laborar lleno de información continua y de formatos largos

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

### **Tabla 19**

*¿Cuáles son los cambios más significativos que observa en el Manual de Identidad Visual de la empresa?*

[Antes](#)

[Ahora](#)

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	No se logró ingresar al link
Anónimo 2	Muy bueno
Anónimo 3	Mejores imágenes; temáticas y colores
Anónimo 4	Creo que el manual de "ahora" tiene mayor identidad, mostrando mayormente los objetivos e intencionalidad de la empresa, dándole mayor carácter y originalidad. considero que tiene un mejor diseño, más fluido y mayor informado
Anónimo 5	Observo cambios en el tema de aplicabilidad en piezas gráficas y en aplicaciones
Anónimo 6	Mas ilustrativo
Anónimo 7	Se nota el cambio, todo más actualizado y modernizado
Anónimo 8	Se observa una mejora significativa en todos los aspectos.
Anónimo 9	Es más entable, con mejores gráficos
Anónimo 10	Mas llamativo
Anónimo 11	Un estilo visual más moderno, se nota la influencia de las nuevas tendencias y gráficos más minimalistas

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

### **Tabla 20**

*La mascota actualizada busca representar de manera visual los valores que nos definen como empresa: integridad, compromiso, trabajo en equipo, respeto, comunicación efectiva, seguridad y optimismo. ¿Considera que la mascota actualizada representa los valores de la empresa?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Si
Anónimo 2	Se ve muy bien
Anónimo 3	Si
Anónimo 4	Si lo hace
Anónimo 5	Lo representa correctamente
Anónimo 6	si
Anónimo 7	Si, y se ve mucho mejor
Anónimo 8	En lo personal me gustaría que no solo destaque el trabajo, sería muy importante destacar nuestro departamento de ingeniería y los avances tecnológicos; por ejemplo, la misma Hormiga, pero con rasgos robotizados. Esto puede representar una minería moderna, ligada a seguridad, bienestar y sostenibilidad ambiental.
Anónimo 9	De cierto modo si
Anónimo 10	Si
Anónimo 11	Si representa los valores mencionados, pero también se asocia con "una población obrera" metidas en un hormiguero "la mina" que puede entenderse de manera despectiva

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

Definición: Los íconos son representaciones gráficas que simbolizan o comunican una idea, objeto, acción o concepto. Su función principal es transmitir información de manera visual y facilitar la comprensión rápida de mensajes complejos a través de imágenes reconocibles y simplificadas. De acuerdo con la imagen,

### **Tabla 21**

*¿qué opinión tienes sobre la aplicación del uso de íconos en las informaciones que se envían a pantalla o correos masivos?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Me gustan con muy llamativos
Anónimo 2	Muy visuales
Anónimo 3	Me parece que pueden conectar más fácil a las personas con el contenido
Anónimo 4	Considero que representa la intencionalidad de lo que se quiere expresar mediante los elementos gráficos
Anónimo 5	El apoyo visual hace más fácil la comprensión de la información
Anónimo 6	Excelentes
Anónimo 7	Hacen más llamativa la imagen, por lo tanto, dan más ganas de leer la información
Anónimo 8	Es una buena estrategia cuando se aplica de manera correcta.
Anónimo 9	Me parece más amigable para el público objetivo, creando mayor impacto

Anónimo 10	Muy bueno
Anónimo 11	Cumplen su función de fácil asociación con la información que se quiere mostrar

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 22**

*¿Crees que la claridad de la información es más importante que el lenguaje visual, o piensas que ambos deben complementarse para comunicar eficazmente el mensaje?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Ambos deben complementarse para una comunicación eficaz. La claridad de la información asegura que el mensaje sea entendido, mientras que el lenguaje visual lo refuerza y hace más atractivo, facilitando su retención y aumentando su impacto.
Anónimo 2	Si
Anónimo 3	Ambos deben complementarse
Anónimo 4	Ambos elementos son importantes para reflejar la información que se quiere transmitir, y creo que Angie lo ha representado en sus diseños, ha integrado ambos elementos para comunicar el mensaje
Anónimo 5	creo que el lenguaje visual es más importante
Anónimo 6	Deben complementarse
Anónimo 7	Ambos se complementan perfectamente
Anónimo 8	Ambos son un complemento.
Anónimo 9	Ambos son complementos
Anónimo 10	Las dos
Anónimo 11	Debe priorizar la claridad de la información, entender el porqué de cada cifra o grafico ilustrado

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

**Tabla 23**

*¿Qué aspectos positivos destacarías de la comunicación visual de Antioquia Gold?*

_____	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Los aspectos positivos de la comunicación visual de Antioquia Gold incluyen su coherencia en el uso de colores y tipografías, lo que refuerza la identidad de marca; el diseño limpio y profesional, que facilita la comprensión de la información; y el uso efectivo de elementos gráficos que captan la atención y resaltan los mensajes clave.
Anónimo 2	Más cercanía con el personal
Anónimo 3	La información es oportuna y es muy gráfica
Anónimo 4	Considero que ha mejorado positivamente la visualización de la empresa, ahora se percibe más en redes, pantallas, hay más elementos

	gráficos para presentar. en general ha impactado de forma positiva la comunicación visual
Anónimo 5	la calidad grafica
Anónimo 6	Todo es excelente
Anónimo 7	Que las imágenes utilizadas son más llamativas
Anónimo 8	Nos ayuda a generar identidad
Anónimo 9	Efectividad de la información, uso de las visuales
Anónimo 10	Salir de lo convencional
Anónimo 11	Formato agradable, simple de fácil entendimiento y asimilación

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

### **Tabla 24**

*¿Algún comentario o sugerencia adicional sobre la comunicación visual?*

	<b>Respuestas</b>
Anónimo 1	Sin comentarios.
Anónimo 2	Todo muy bien
Anónimo 3	Continuar por la misma línea
Anónimo 4	Sin más comentarios.
Anónimo 5	considero que las comunicaciones más sencillas y simples sean mejor transmiten el mensaje.
Anónimo 6	Continuar como viene trabajando. Excelente trabajo.
Anónimo 7	Muy buen trabajo y una comunicación muy asertiva
Anónimo 8	Es importante que nos lleguen las formas y plantillas para las diferentes herramientas.
Anónimo 9	No
Anónimo 10	No
Anónimo 11	Reevaluar la mascota o el mensaje que quiere darse con ella

Nota. Resultados de la encuesta realizada en el proyecto “Estrategia de Comunicación Visual y Corporativa” en Antioquia Gold LTD ([Corres,2024](#)).

Los resultados reflejan que:

De acuerdo con los participantes considera que la comunicación visual en Antioquia Gold LTD ha mejorado de manera positiva, de manera externa e interna dentro de la empresa.

Los participantes consideran que el diseño gráfico cumple con los estándares de la empresa, manteniendo la coherencia en colores, tipografía y estilo, y que comunica

correctamente el mensaje en las piezas u otros elementos gráficos, percibiéndose simple y visualmente limpio.

Los participantes destacan que, anteriormente, la información no se transmitía de manera correcta y que, con la ayuda gráfica, se ha permitido una mejor legibilidad en la información que se comparte diariamente en la empresa, generando que los trabajadores y áreas se cuestionen sobre lo que está escrito.

Los participantes notan un cambio significativo en la actualización del manual identidad corporativa, alcanzado un estilo visual más moderno, con un carácter y originalidad para la empresa.

Los participantes surgieron de que la comunicación debe seguir desarrollándose como se ha venido trabajado en ella y consideran importante recibir plantillas para diferentes herramientas. Asimismo, expresa reevaluar la mascota corporativa para que no solo represente el trabajo minero, sino también el departamento de ingeniería y los avances tecnológicos de la compañía.

En general, los resultados de la encuesta han permitido obtener una visión detallada por parte de los participantes de las diferentes áreas de la empresa sobre la implementación de la estrategia de la comunicación visual y corporativa en la empresa. Siendo evaluada de manera positiva, cumpliendo con los estándares visuales esperados por los colaboradores en la divulgación de la información a través de los medios internos y externos.

## 10 CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos en los seis meses de práctica y el cumplimiento de los objetivos trazados en este proyecto, fue posible implementar la estrategia de comunicación visual en la empresa. Lo cual, se llevó a cabo durante las fases de la investigación, en la comunicación gráfica desglosada en " diagnóstico ", " Análisis " y " desarrollo " acerca de los materiales gráfico, en el uso de los elementos visuales como color, imágenes, logotipo e iconos etc., el objetivo es comprender cómo se lleva a cabo la finalidad comunicativa a través de los medios internos y externos.

Por lo tanto, como resultado de este proceso, se mejoró significativamente la comunicación visual de la empresa creando una " estrategia de comunicación visual y corporativa", que consistió en la implementación o uso de elementos gráficos modernos y herramientas visuales para diseñar los materiales gráficos, infográficos y corporativos, con un propósito comunicativo en los medios internos y externos. Con el objetivo de transmitir de forma coherente la identidad visual y valores corporativos de la empresa, resaltando el compromiso de la compañía con la minería responsable, la sostenibilidad y el desarrollo en las comunidades.

Además, se evidenció en la recolección datos de las encuestas aplicadas, con un alto nivel de mejora y satisfacción en los materiales gráficos en la empresa, por parte de los principales grupos de interés, particularmente en la actualización del manual de identidad visual y diseño de pieza gráfica como infográficos, entre otros. Obteniendo respuestas muy satisfactorias con relación al mejoramiento de la comunicación visual en los medios internos y externos. Igualmente, las áreas participantes solicitaron durante el proceso,

apoyo de diseño en piezas gráficas informativas en la empresa, manifestando un impacto positivo en la estrategia de comunicación visual.

En conclusión, esta estrategia no solo cumplió con los objetivos propuestos, sino que además mejoró la percepción positivamente en los grupos de interés. Este proceso ha permitido consolidar una identidad visual de forma coherente en el desarrollo de materiales gráficos, teniendo la oportunidad de que estos proyectos, hayan participado en reuniones para ser aprobados y convertirse en materiales impresos y portafolios como se evidencia en este documento. De esta forma, la identidad visual de la empresa se fortaleció, construyendo una cultura comunicativa más auténtica y cercana a los colaboradores a través de los medios internos y externos.

## **10.1 FORTALEZAS**

Durante mi práctica, pude evidenciar mis fortalezas en la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, el compañerismo, tal como el compromiso y responsabilidad en la integración de trabajo y proyecto con los colaboradores de Antioquia Gold LTD. Asimismo, tuve la experiencia de participar en un campamento rodeado de mucha biodiversidad lo que me brindó la oportunidad de estar en un ambiente laboral muy amigable y enriquecedor, integrándome más con la cultura empresarial y teniendo la oportunidad de conocer la Mina Guaico de Antioquia Gold LTD.

Las fortalezas que demostré durante el proceso de práctica fue crucial para mi crecimiento profesional y personal. Dentro de estas, las habilidades técnicas y creativas en programas de diseño, la adaptación en un ambiente minero, la responsabilidad y compromiso con los trabajos asignados, además de la capacidad para escuchar activamente las indicaciones y sugerencias, y recibir retroalimentación por parte de mis compañeros y

superiores. asimismo, de la comunicación efectiva con mis compañeros de trabajo y mi actitud positiva, me permitieron argumentar mis ideas en el diseño de nuevas piezas gráficas y diseños impresos.

Por esa razón, se añade en el **Anexo C** un video con testimonios y entrevistas de mi práctica en la empresa Antioquia Gold.

## **10.2 LOGROS**

Durante mi práctica, logré cumplir con los objetivos planteados, lo que me permitió emplear mis habilidades blandas y duras durante estos seis meses. De esta forma, los resultados obtenidos durante la práctica se reflejan en todo el proceso realizado, desde el inicio del documento y la investigación metodológica hasta el desarrollo de la tipología de producto y registro de evidencias, sumando al enfoque cualitativo aplicado dentro de la empresa.

Por lo tanto, los objetivos generales del proyecto se cumplieron Implementa la estrategia de comunicación visual en los medios internos y externos con la implementación "estrategia de comunicación visual y corporativa". Expresando de manera coherente la identidad visual y valores corporativos a través de materiales informativos, infográficos y corporativos, contribuyendo positivamente al Área de Comunicaciones.

## **10.3 OPORTUNIDADES**

Durante mis prácticas en la empresa Antioquia Gold LTD, fue un entorno laboral muy dinámico, lleno de aprendizaje. Me sumergí un ambiente laboral muy enriquecedor en todo lo general como aprendiz, tuve aprendizaje continuo, trabajo en equipo, respeto y

apoyo mutuo y sobre todo desafíos constructivos que me ayudaron a salir de mi zona confort, permitiendo adoptar nuevos retos en proyecto que me beneficiaron como diseñadora gráfica y que ahora hacer parte mi portafolio y mi hoja de vida. Así mismo, este entorno laboral me permitió aprender significativamente la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social en la Industria minera, elementos importantes para Antioquia Gold, una empresa muy comprometida con la minería responsable, la sostenibilidad y el desarrollo de las comunidades.

Además, tuve la oportunidad de trabajar 3 meses adicionales en la empresa, lo que me dio la oportunidad de seguir aprendiendo más de mi profesión en una Industria Minera, desarrollando mis habilidades en el entorno empresarial y obteniendo experiencia laboral en mi formación profesional y personal; e incluso desde el inicio de mis prácticas he realizado muy bien los trabajos y he puesto todo mis conocimientos y herramientas adquiridas durante mi formación académica en la empresa.

En general, mi experiencia en Antioquia Gold LTD fue enriquecedora, me aportaron todas las herramientas tecnológicas y apoyo logístico esenciales para este proceso de aprendizaje en la práctica como diseñadora gráfica. Por lo cual, me siento agradecida por la hospitalidad y apoyo en general por parte de Antioquia Gold LTD.

#### **10.4 RETOS (DIFICULTADES)**

En el transcurso de mis prácticas, se me presentaron diversas dificultades al inició, particularmente en la adaptación a un entorno minero, en el flujo de trabajo y la destreza de enfrentar nuevos retos. Lo cual, he logrado solucionarlas efectivamente a través del aprendizaje continuo, el trabajo en equipo, el respecto y apoyo mutuo por parte de los compañeros del trabajo, al igual que mis habilidades duras y blandas que me han permitido

superar cada dificultad, en el desarrollo de las actividades. Asimismo, con la actualización del manual de identidad visual, de coordinar de manera coherente los materiales gráficos para su divulgación en medio internos y externos. Ya que, desde un principio los grupos de interés como otros colaboradores ya venía con una línea gráfica no muy bien representada apropiadamente y poco clara con la intención de empresa verde. Por eso, con el fin de superar este reto, se implementaron tres fases metodológicas detalladamente respecto a los materiales gráficos existentes, con el objetivo de proponer mejorar en la identidad visual. Del mismo modo, fue un reto que muchas áreas aplicará la misma plantilla para presentaciones de manera genérica, ya que cada uno tenía presentaciones diferentes, esto se implementó con el propósito de tener una coherencia en las presentaciones de la empresa, lo cual fue un cambio drástico, pero se logró el objetivo propuesto. Por lo tanto, estas dificultades y retos representan oportunidades, experiencias y aprendizajes en mi formación profesional y personal contribuyendo significativamente.

## 11 REFERENCIAS

Antioquia Gold LTD. (2022). *Descubre quienes somos*. Sitio web.

<https://antioquiagold.com/>

Asimétrico: *Grupo de investigación de uniremington* - Corporación Universitaria Remington. Línea de investigación e innovación.

ATLAS. Ti. (s.f.). *Investigación cualitativa: Parte 1*. Boletín de Noticias ATLAS.ti

<https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/investigacion-cualitativa>

Brendon, V. Ridge. (2024, 17 de febrero). *El significado y la importancia de los logotipos mascota en el diseño gráfico profesional*. MBLOG multimedia

<https://www.mediummultimedia.com/disenio/que-es-un-logo-mascota/>

Castaneda, E. (2023). *Mascota corporativa o cómo humanizar las empresas*. Wolters Kluwer.

ChatGPT. (2024). ¿Qué es la fase de Análisis en la Metodología de la comunicación visual? (párrafo corto). OpenAI.

<https://www.argosoftgroup.com/2023/12/10/beneficios-del-diseno-de-una-mascota/#:~:text=Una%20mascota%20bien%20dise%C3%B1ada%20puede%20transmitir%20la%20esencia%20y%20personalidad,la%20mente%20de%20los%20consumidores.>

Doubront G., L. (s.f.). *Metodología según autores*. Luis Doubront G. Blog.  
<https://luisdoubrontg.school.blog/metodologia-segun-autores/#marco-metodologico-segun-autores>

Martínez López, P. (2024). La creatividad visual en estrategias de comunicación corporativa. Powerplan. <https://powerplan.es/creatividad-visual-en-estrategias-de-comunicacion-corporativa/>

Milier, D. (2023). *Qué es la identidad visual, su importancia y beneficios*. Tiendanube. <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>

Muñoz Hernández, M. A. (2014). *La Importancia de la comunicación en el Diseño Gráfico*. Slideshare.

<https://es.slideshare.net/slideshow/la-importancia-de-la-comunicacion-en-el-diseo-grafico/33426466>

Massarik, C. (2021). *Cómo redactar el enfoque cualitativo en un proyecto de investigación paso a paso con ejemplo* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/BOk43eZomv8?si=0VydVUMZu8eb9GUM>

Meijomil, S. (2024). *Preguntas abiertas: qué son, para qué sirven y ejemplos*. InboundCycle

<https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/preguntas-abiertas>

U - TAD. (2022). *Identidad visual, ¿qué es y para qué sirve?* U - TAD.

<https://u-tad.com/identidad-visual-que-es-y-para-que-sirve/>

Universidad Continental. (2019). *Diseño de investigación* [Video]. YouTube.

[https://youtu.be/5UYi3FWe12E?si=g\\_4ym7x4x67mb8Nn](https://youtu.be/5UYi3FWe12E?si=g_4ym7x4x67mb8Nn)

Grinda, F. (2024). *Confianza de los inversores generar confianza mediante el privilegio de sobresuscripción*. FasterCapital.

<https://fastercapital.com/es/contenido/Confianza-de-los-inversores--generar-confianza-mediante-el-privilegio-de-sobresuscripcion.html#:~:text=Cuando%20la%20confianza%20de%20los,del%20mercado%20e%20inestabilidad%20econ%C3%B3mica>

López-Medina, J.-D. (2021). *Estructura sintagmática para redactar objetivos de investigación*. (p. 1). Corporación Universitaria Remington - Facultad de Diseño.

Lucidchart. (2021). *Crea tu Diagrama de Gantt Gratis con Lucidchart*.

Diagrama de Gantt Online. <https://www.lucidchart.com/pages/es/ejemplos/diagrama-de-gantt-online>

Zambrano, E. (2013). *INSTRUCTIVO NORMAS APA Ajustado para la Escuela de Artes y Letras Institución Universitaria Noviembre 12 de 2013 Bogotá - Colombia Introducción* (p. 23). Escuela de Artes y Letras - Institución Universitaria. [https://artesyletras.com.co/pdfs/normas\\_apa.pdf](https://artesyletras.com.co/pdfs/normas_apa.pdf)

## 12 ANEXO

### 12.1 ANEXO A

Lista completa 'obra o creación efímera / producto gráfico'

1. Edición de introducción del logotipo
2. Edición de vídeo Día de la Mujer Minera
3. PG\_ Aspirantes al copasst
4. PG\_ día del Abogado
5. Edición de video del concejal
6. PG\_ Comité de convivencia
7. PG\_ Día del café
8. Tarjeta de cumpleaños julio
9. Diseño de flujograma procedimiento visita AGD
10. PG\_ Evaluación de estándares
11. Edición del video Día del Minero
12. PG\_ Ambiental
13. PG\_ Revisión copasst
14. PG\_ Candidatos copasst
15. PG\_ Tamales
16. PG\_ Logos en la F. de Servicio
17. PG\_ Simón Jardinero
18. PG\_ Optometría
19. PG\_ Quinquenios
20. PG\_ Artes Lile
21. PG\_ Día Nacional del minero
22. Infografía Ambiental\_ Mariposa
23. PG\_ Elecciones Copasst
24. PG\_ Día de la Independencia
25. PG\_ Campaña ley 2233
26. Plantilla\_ Presentación Olimpiada
27. Ilustración mascota
28. Tarjeta de Cumpleaños Agosto
29. PG\_ Seguridad Física
30. Infografía\_ Economía circular
31. PG\_ CCL acta
32. PG\_ Cronograma de actividades olimpiadas
33. PG\_ CCL funciones
34. PG\_ CCL
35. PG\_ Fotomontaje imagen Ambiental
36. Diseño circular Política Integral

37. Diseño de Horario Acopio
38. Tarjeta de Cumpleaños septiembre
39. Presentación política Integral
40. Participantes del Comité de Convivencial Laboral (CCL)
41. PG\_ Día mundial de la agricultura
42. PG\_ Día nacional de los derechos humanos
43. PG\_ Día mundial de la prevención del suicidio
44. PG\_ Día Nacional de la Biodiversidad
45. Día del Amor y la Amistad
46. PG\_ Área social
47. PG\_ informativa Fondo Nacional de Ahorro
48. PG\_ para garantizar su bienestar
49. PG\_ Día Mundial del Turismo
50. Tarjeta de Cumpleaños Octubre
51. Tarjeta de Cumpleaños Octubre
52. Día mundial de los animales
53. Día Interamericano del Agua
54. Diseño pieza gráfica Jornada de esterilización
55. PG\_ aniversario Mina Guaico
56. Diseño pieza gráfica reinducción sst
57. Día mundial de la salud mental
58. PG\_ Halloween
59. 215 certificados para niños
60. 7 certificados para profesores

## 12.2 ANEXO B

Tarjeta de cumpleaños:

[https://drive.google.com/drive/folders/1a\\_3nKxWrWjI8QP0Lh2k1CI8kOAF-hahP?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1a_3nKxWrWjI8QP0Lh2k1CI8kOAF-hahP?usp=sharing)

Cronograma de actividades:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1A2qdR70p5WCDP9NIbSvUyydNqxIP7GzL/edit?usp=sharing&ouid=104802488748732252521&rtpof=true&sd=true>

Manual de Identidad Corporativa (Antes):

[https://drive.google.com/file/d/1c63WTA45D\\_rkCtLcwc0zwIF9bY6gehDk/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1c63WTA45D_rkCtLcwc0zwIF9bY6gehDk/view?usp=sharing)

Manual de Identidad Corporativa (Actualizado):

<https://drive.google.com/file/d/1JLeUFVPGhu-qqYW4lu3-03qAnsUTmCPn/view?usp=sharing>

Diseño de flujograma procedimiento visita AGD

<https://drive.google.com/file/d/1bwT7uNCLRRbzb6sk2nPGoGpPkCgkERh3/view?usp=sharing>

Valores corporativos

<https://drive.google.com/file/d/16BcXQbu3y7suIp5bcGEtefHvINPwhUYu/view?usp=sharing>

Actualización \_ Mascota Corporativa

[https://drive.google.com/file/d/1T50DUhoYRwTATvMiZBlztO\\_DDSRoOiG4/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1T50DUhoYRwTATvMiZBlztO_DDSRoOiG4/view?usp=sharing)

Diseño de Señalización en la Zona de Operación Minera

<https://drive.google.com/drive/folders/1IP6xgJUk9ZH-MdDdPxV0QAdxLrnY2OOg?usp=sharing>

Plantilla\_ presentación general

[https://drive.google.com/file/d/1R0CG435KMB\\_8C6RqlFYgKHhLXeFiTEsm/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1R0CG435KMB_8C6RqlFYgKHhLXeFiTEsm/view?usp=sharing)

Formato Boletín de Prensa AGD

<https://drive.google.com/file/d/17kVEBjBktExJoZe6QR3GQeUvdACdwOOT/view?usp=sharing>

Presentación política Integral AGD

[https://docs.google.com/presentation/d/1BqPTlpBC6nrDSZo-TSM\\_fBeUaNPnCeXS/edit?usp=sharing&ouid=104802488748732252521&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1BqPTlpBC6nrDSZo-TSM_fBeUaNPnCeXS/edit?usp=sharing&ouid=104802488748732252521&rtpof=true&sd=true)

Diseño de portada y contraportada de cuaderno para niños

<https://drive.google.com/file/d/1V1yd1WXVnCLAfXiemmYIz33MKrFyzw9Y/view?usp=sharing>

Presentación de programación Olimpiadas AGD

[https://drive.google.com/file/d/1f\\_sGq2bclnej8DmadUx5kJwJkHd3Gwb/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1f_sGq2bclnej8DmadUx5kJwJkHd3Gwb/view?usp=sharing)

## 12.3 ANEXO C

### Video Fotográfico Día de las Madres



[Ver video Facebook](#)

*Tiempo de entrega: 1 día y medio.*

### Edición de introducción del logotipo



[Ver video YouTube](#) (Horizontal)

[Ver video YouTube](#) (Vertical)

*Tiempo de entrega: 1 día y medio.*

### Edición de vídeo Día de la Mujer Minera



[Ver video Instagram](#)

*Tiempo de entrega: un día de edición y entrega el mismo día.*

Edición de video del concejal



[Ver video \\_ Facebook](#)

*Tiempo de entrega: tres días de edición y entrega al cuarto día*

Edición del video Día del Minero



[Ver video Facebook](#)

(Video con ruidos [ver](#) )

Otro video de la semana del Minera: <https://youtu.be/rf5QQ26vuRw>

*Tiempo de entrega: 4 días de edición y entrega el mismo día.*

Nota. En este apartado se presenta una serie de videos editados durante la práctica, los cuales era grabados por el coordinador de comunicaciones con el propósito de fortalecer

la comunicación audiovisual mediante el uso de los instrumentos técnicos y creativos. Por lo tanto, al editar los videos se mejoró la calidad audiovisual en factores como la nitidez y resolución de los videos y fotografías. También en la reducción del ruido, un problema muy común durante la grabación de actividades o eventos. Por eso, se utilizaban herramientas como Adobe Podcast y Adobe Premiere Pro para minimizar las interferencias sonoras, con el objetivo de garantizar una experiencia audiovisual más clara en el video.

Además, con la implementación de animaciones de texto, subtítulos y transiciones para enriquecer el contenido, facilito la comprensión del mensaje hacer compartido en las pantallas de la empresa. De manera que, el uso de herramientas efectivas contribuyó a mejorar la calidad de los videos, mejorando la comprensión del contenido audiovisual dirigido a los empleados de la empresa.

[Angie Yulieth Correa Maturana y su práctica en la empresa Antioquia Gold LTD](#)



Angie Yulieth Correa Maturana\_Mis Prácticas en AGD

## 12.4 ANEXO D

### 12.4.1 MATERIALES INFORMATIVOS

*Figura 17* Pieza gráfica\_ Convocatoria Educativa

**ERES UNA OPORTUNIDAD DE ORO**

**CURSO BÁSICO EN CONSTRUCCIONES LIVIANAS EN SECO**

Construye tu futuro, empieza por aprender.

Integrar conocimientos generales para utilizar este sistema constructivo de manera adecuada, siguiendo las normativas vigentes y las mejores prácticas en su instalación.

Duración del curso (8 horas semana)

Inicia en Mayo

**REQUISITOS**

- Presentar el documento de identidad al 150%
  - Ser mayor de 14 años

Fecha máxima de inscripción **31 04 2024**

QR Más Información 315 3227390

SENA ANTIOQUIA GOLD LTD.

Nota. Se realiza el diseño de forma vertical para ser enviada al correo masivo y WhatsApp, utilizando iconos para comunicar la información visual complementada con una imagen educativa que refuerce el propósito de la información. Empleado en el diseño color corporativo del Sena y Antioquia Gold, para mantener la coherencia en la identidad visual y en la comunicación de la información. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 18** Pieza gráfica \_ Esterilización & Recomendación



Nota. Se realiza el diseño de forma vertical para ser enviada por correo masivo y WhatsApp, utilizando imágenes de perro con el fondo eliminado, y estructurado la información de manera visualmente coherente y resaltado información clave, utilizando colores asociados con el cuidado, la responsabilidad y el llamado a esta acción para comunicar el bienestar de los perros y gatos. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 19** Diseño de Retablo



Nota. Se realizaron 4 retablos para ser colocados en la oficina del área social, con una medida de 34x78 cm, listo para impresión. Con imágenes propias de la empresa

acompañadas de información clave sobre la sostenibilidad y responsabilidad social.

Seleccionado tonos específicos alineados a cada una de las imágenes para asegurar una

coherencia visual. *Tiempo de entrega: 2 días*

**Figura 20** *Pieza gráfica visuales: Copasst*

**¿Sabes qué es el COPASST?**

Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo, se encarga de la promoción y vigilancia de las normas en temas de seguridad y salud en el trabajo dentro de la Compañía.

Muy pronto estaremos eligiendo a los nuevos integrantes del comité, pero previamente se hará una convocatoria de candidatos, se compartirá parte de la gestión del Comité que está terminando su periodo, se publicarán los candidatos inscritos y luego ellos nos compartirán sus propuestas para que votemos por ellos.

**Adjuntamos el acta de convocatoria del Copasst.**

Este es el cronograma electoral:

Junio 3: Divulgación de acta de convocatoria.	Junio 24: Inicio de inscripciones para aspirantes al Copasst.
Junio 10: Balance de gestión del Copasst.	Julio 01: Inicio de campaña de los candidatos.
Junio 19: Divulgación a líderes del proceso, de las funciones e importancia de este comité en la empresa.	Julio 8 al 12: Elecciones en las instalaciones de la empresa.



Nota. Nota. Se realizó ocho piezas gráficas según el tiempo entrega asignado en el cronograma de actividades. Conservando la coherencia en la línea gráfica en los colores, tipografía y formato horizontal, así mismo con el uso de imágenes propia de la empresa que refleja el entorno industrial y la seguridad; Excepto por el tarjetón, que se incorpora con un diseño temático diferente a los otros, ya que la información hace referencia a urnas de votación. Estas piezas gráficas están alineadas *al 'Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo. (Copasst)'*, un organismo que se encarga de la promoción y vigilancia de las normas de seguridad y salud en el trabajo dentro en las compañías.

**Figura 21** Pieza gráfica \_ Logos en la feria de servicio

**LAS ENTIDADES QUE ESTARÁN PRESENTES EN LA FERÍA DE SERVICIOS**

Día: martes 16 de julio de 2024  
Hora: 9:00 - 3:00 pm

BBVA

ManpowerGroup

porvenir  
sólo hay uno

POLI  
POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

comfama

Protección

Fondo de Empleados ManpowerGroup Colombia

**CONOZCAMOS LOS EPP'S JUNTOS**  
Miércoles 17 de Julio Carpa gyb  
9:00 am a 5:00pm

Sumatec®

SOLMAQ  
Protección y soluciones industriales

BUNZL

SOLUCIONES  
HM

Nota. Se realizan dos piezas gráficas con un formato horizontal para pantalla y correo masivo, con la información de las entidades que estarían presente durante la Semana del Minero. Se implementa dos paletas de colores corporativo y un diseño práctico que permita la funcionalidad y simplicidad de la información.

*Figura 22 Apoyo visual para emprendedores*



Pieza gráfica\_ Simón



Pieza gráfica\_ Artes Lile

*Tiempo de entrega: 1 día*



Pieza gráfica\_ Colección de productos

*Tiempo de entrega: 1 día*

Nota. Durante la semana del minero, algunos colaboradores solicitaron apoyo visual con sus emprendimientos. Por eso, cada pieza gráfica se realizó de acuerdo con los productos y servicio brindado. En la pieza gráfica "Simón Jardinero" se diseñó de manera ordenada los productos y servicios de su emprendimiento, lo mismo con el diseño "Artes Lili" se realizó un mockup para permitir visualizar la presentación de su trabajo. De igual forma, con el



Pieza gráfica\_ Venta de Tamales

*Tiempo de entrega: 1 día*

diseño “Colección de producto” un diseño muy práctico que permita priorizar la información del emprendedor.

Y finalmente, la pieza gráfica de “tamales” apoyada por AGD, se un diseño con enfoque muy funcional y claro para transmitir la información, con una composición equilibrada entre los elementos visuales y texto, destacado cada punto principal.

**Figura 23** Pieza gráfica\_ Optometría

**JORNADA DE SALUD VISUAL  
OPTOMETRÍA**

**ANTIOQUIA  
GOLD LTD**

**Fechas:**  
17 de Julio Guayabito  
18 de Julio Guaicó

- Consulta gratis
- Montura gratis
- Se cobra solo el lente y se da el beneficio de descuento por nómina en máximo 4 cuotas
- Pueden acceder al beneficio los familiares

**AGENDA TÚ CITA**

**Recuerda no utilizar lentes de contacto ese día para la realización del examen**

Nota. Se realizó un diseño para la jornada de optometría para los colaboradores de la empresa, empleado tonos verdes azulados e imagen de referencia a la optometría con el propósito de transmitir la información de manera efectiva. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 24** Pieza gráfica Quinquenios

**QUINQUENIOS  
2024**

Es un placer contar con personas tan comprometidas como ustedes.  
Los invitamos a celebrar

• Día : 18 de Julio / 5:30pm  
• Lugar: Logueo Gyb

- JONATAN VASQUEZ MONTOYA
- IVAN ALEXANDER BLANCO VASQUEZ
- RENZO LEVINSTON MARSIGLIA RAMIREZ
- VICTOR EMILIO RUA
- LEIDY ALEJANDRA ORTEGA MARIN
- ADRIAN ALBERTO ARANGO ZULETA
- GUSTAVO ALONSO CASTRO GONZALEZ
- JUAN CARLOS MARTINEZ NARVAEZ
- JAROL ALEXIS MONTERROSA MEJIA
- ORLEAN ALEXANDER PINO VALLEJO
- ANDREY GUSTAVO MARIN MESA
- OSCAR DE JESUS ZAPATA LARA
- HUGO ANDRES RINCON
- MATIAS BETANCURT MALAGON
- LUIS ALEJANDRO HERRERA GALLEGO
- JUAN CAMILO CALLE BUSTAMANTE
- JOSE ESNEIDER CORREA VALENCIA
- WILLIAM ALONSO GOMEZ CORTES
- MICHAEL STIVEN YARCE OSORIO
- CARLOS ANDRES TORO ACEVEDO
- CAMILO ALBERTO CALDERON HENAO
- HENRY ANDRES ISAZA CARVAJAL
- TOMAS FELIPE OSPINA ZAPATA
- JUAN CAMILO OSORIO MONSALVE
- URIEL ANDRES DUQUE ZAPATA
- JOHAN ANDRES ESTRADA MESA
- JAIME ALBERTO MONTOYA GARCIA
- DANY ARLEY RAMIREZ MONSALVE
- ALEJANDRO MUÑOZ CELIS
- JOHAN HENDERSON MORALES ARANGO
- JORGE LUIS ALVAREZ DE LA OSSA
- DIEGO ALEJANDRO TORO MORALES
- DAIMER ALEXIS BEDOYA URIBE
- JONATHAN ALEXIS ORREGO CATANO
- MARIA ALEJANDRA CAMPOS ARANGO
- DUBIER ALBERTO MORENO ALVAREZ
- RICARDO ANTONIO BETANCUR PULGARIN
- SIMON MEJIA NUÑEZ
- JORGE ENRIQUE GARCIA MONSALVE
- ANDRES FELIPE LOPERA HERNANDEZ

**ANTIOQUIA  
GOLD LTD**

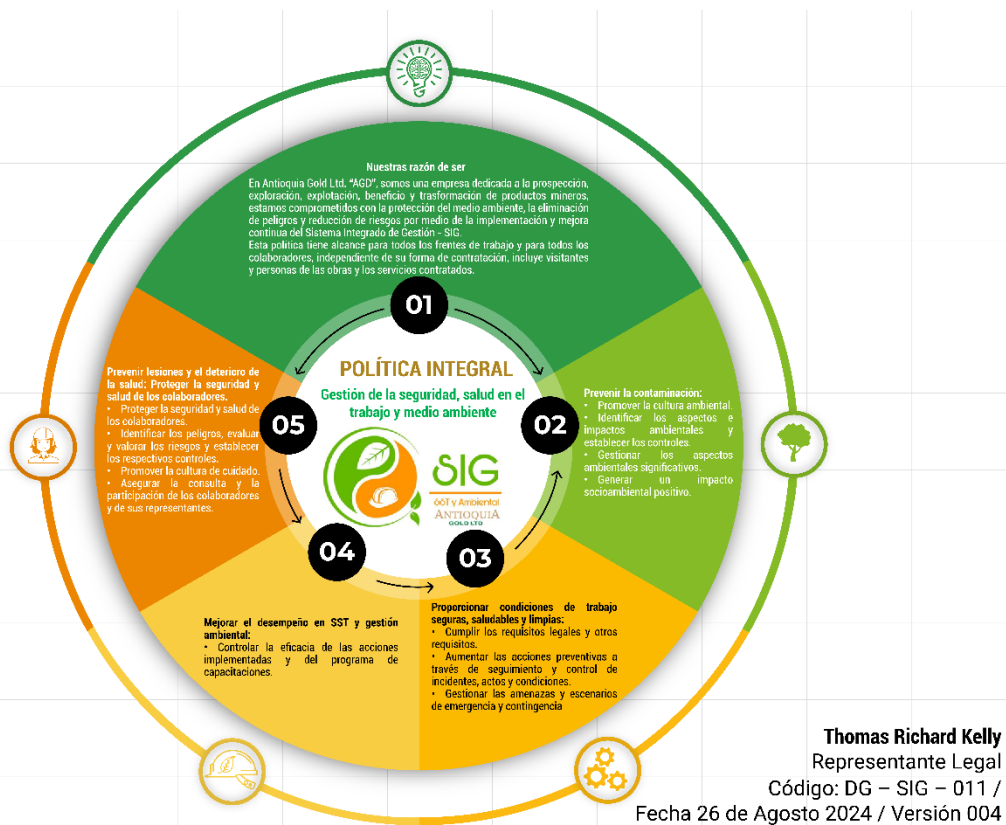
Nota. Se solicitó el diseño para la premiación de Quinquenio 2024 para aquellos trabajadores que cumplieron 5 años en la empresa. Por eso, se realizó diseño visualmente sobrio, utilizando un tono negro azulado y destellos simbolizando celebración, presentando la información de manera agradable. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 25** Pieza gráfica \_ Fotomontaje imagen Ambiental



Nota. Se realizó una composición de imágenes y texturas para concientizar el uso y el daño que causa los plásticos con el objetivo de concientiza la importancia de proteger nuestro entorno. A través de esta composición, desde Área Ambiental parte de la empresa Antioquia Gold busca educar minimizar del uso del plástico y ser responsable con nuestro entorno. *Tiempo de entrega: 2 días*

**Figura 26** Modificación Política Integral AGD



Nota. Se realizó el diseño y actualización de la información Política Integral Versión 004, a través de un circula acompañado con iconos intuitivos. Empleado tonos verde y naranja para realizar una presentación visualmente clara y coherente, reflejando la Política Integral SST. *Tiempo de entrega: 3 días*

**Figura 27** Horario de Acopio

ÁREA ENCARGADA DE ENTREGAR LOS RESIDUOS EN CENTROS DE ACOPIO ESTABLECIDOS	HORARIOS DE RECEPCIÓN DE RESIDUOS POR PARTE DE ÁREA AMBIENTAL EN CENTROS DE ACOPIO			
	HORARIO ESTABLECIDO DE ENTREGA AL ÁREA AMBIENTAL		DIAS DE ENTREGA	
Interior mina GCO	6:00 a.m.	a	7:30 a.m.	De lunes a sábado
Geología GCO	8:00 a.m.	a	8:30 a.m.	Martes
Talleres mecánicos GCO	9:00 a.m.	a	10:00 a.m.	De lunes a sábado
Interior mina GYO	6:00 a.m.	a	7:30 a.m.	De lunes a sábado
Geología GYO	8:00 a.m.	a	8:30 a.m.	Martes
Newrest GYO	7:50 a.m.	a	8:30 a.m.	De lunes a sábado
Talleres mecánicos GYO	9:00 a.m.	a	10:00 a.m.	De lunes a sábado
Mantenimiento Planta/LQ/LM	6:30 a.m.	a	8:00 a.m.	De lunes a sábado

CENTROS DE ACOPIO TEMPORAL DE RESIDUOS	Puntos de entrega
 GUAYABITO Ubicado más del APH	 GUAICO Ubicado en el área de Taller mecánico

Nota. Se realizó el horario de recepción de residuos de manera organizada con un diseño muy sobrio, utilizando el verde corporativo, acompañado de imagen ilustrando el punto del centro de acopio. Para asegurar de que los colaboradores reciban la información de manera efectiva. *Tiempo de entrega: 1 días*

**Figura 28** PMA\_ Área social





Nota. se diseñaron cinco piezas gráficas con el mismo diseño, utilizando varios colores para diferenciar la información para cada corregimiento de manera específica, clara y organizada. Resaltado el título y detalles como la fecha, hora y lugar, con el propósito de que sea más visible. Así mismo, empleado el uso del icono altavoz con la idea de dar anuncio a la reunión y participación a la reunión. *Tiempo de entrega: 1 día*

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




**Gestión**

**Ambiental**

Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**25 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Vereda Faldas del Nus  
LUGAR | Trapiche Faldas del Nus

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




**PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**26 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Corregimiento Santiago  
LUGAR | Salón Social AGD

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**25 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Sector Guayabito  
LUGAR | Restaurante el Gitano - Las Catalina

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**27 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Corregimiento el Limón  
LUGAR | Vivienda Martha Acevedo

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**26 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Vereda El Limón  
LUGAR | La Estación El Limón

Reuniones del **PMA**  
en tu comunidad




Entérate de los próximos encuentros sobre el **Plan de Manejo Ambiental (PMA)** en tu vereda o corregimiento.  
Es una oportunidad para dialogar, informarte y compartir tus inquietudes.  
¡Participa y sé parte activa en el cuidado de nuestro entorno!

**28 NOVIEMBRE**  
04:00 PM

UT | Vereda la Queibra  
LUGAR | Salón Capilla la Queibra



Nota. Se realizó cinco piezas gráficas con la misma composición, y distinta programación de fecha y lugar para cada corregimiento o/y vereda. Se implementaron los dos colores corporativos e imágenes distintas para cada corregimiento conforme a las especificaciones del área social. Para esta composición, se utilizan elementos geométrico y equilibrado, evitando la saturación de la información y facilitando la comunicación del mensaje.

*Figura 29* Pieza gráfica \_fondo nacional y reforma pensional



Nota. Se han elaborado dos piezas gráficas con objetivos diferentes, realizado cada diseño de acuerdo con la información e implementación de colores del logo para obtener un

estilo gráfico visualmente coherente. Con apoyo visual de gráfico, permitiendo representar los datos de la información. *Tiempo de entrega: 1 día.*

**Figura 30** *Pieza gráfica\_ ¡No olvide recargar sus termos!*



Nota. Se diseñó esta pieza gráfica de manera ilustrativa, para recordarles a los empleados la importancia de recargar sus termos en los dispensadores según la ubicación en la operación minera.

En el diseño se aplicaron tonos azules para reforzar visualmente la información con el propósito de dar concepto a los dispensadores. Acompañados de iconos intuitivos como gotas de agua para comunicar el concepto de ubicación de los dispensadores. Además de realizar la demostración de un minero recargado su termo con la intención de mostrar gráficamente el propósito de la información. *Tiempo de entrega: 2 días*

Figura 31 Pieza gráfica\_ Jornada de esterilización



Nota. Se utilizó el diseño existente, con la misma estructura e información, excepto por los datos de fecha y lugar. Además, de realizar dos piezas gráficas más con el diseño visual existente. Tiempo de entrega: 1 día

*Figura 32 Informe Seguridad física AGD*



**ANTIOQUIA**  
GOLD LTD

**Seguridad física AGD**

**MEDIDAS DE SEGURIDAD PARQUEADEROS**



- Al salir verifique bien que sea su motocicleta y no otra diferente.
- Tenga cuidado con el efecto domino, es recomendable que su moto no quede tan cerca a las otras.
- Tenga los documentos de la motocicleta al día.
- Evite circular por las vías más oscuras y solitarias puede ser víctima de los delincuentes.

Recomendaciones en seguridad para el uso y estacionamiento de motocicletas

Antioquia Gold establece el procedimiento DG-SIG-044 de mayo 2023, donde hace referencia al uso responsable de los espacios para la ubicación o estacionamiento de nuestros vehículos y motocicletas, pero debemos recordar que la empresa no se hace responsable por daños, pérdidas u otros similares que puedan sufrir y para ello debemos tener en cuenta lo siguiente:

1. Estacione la motocicleta al interior de los espacios asignados, no deje su motocicleta sobre las vías u otro sector.
2. Coloque o instale a su motocicleta un candado o guaya al tren delantero o kit de arrastre para que está no pueda ser trasladada fácilmente.
3. Ubique su motocicleta en terreno firme y bien seguro de manera que no se caiga fácilmente o sea empujada por otro.
4. Ubique su motocicleta de manera que la pueda sacar fácilmente.

Nota. El diseño de esta pieza gráfica es sencillo, transmitiendo claridad de la información, evitado la saturación de elementos gráficos y logrado así una coherencia visual bien definida en el uso del color corporativo, imagen y distribución de la información proyecto bien el contexto de seguridad física. *Tiempo de entrega: 1 día*

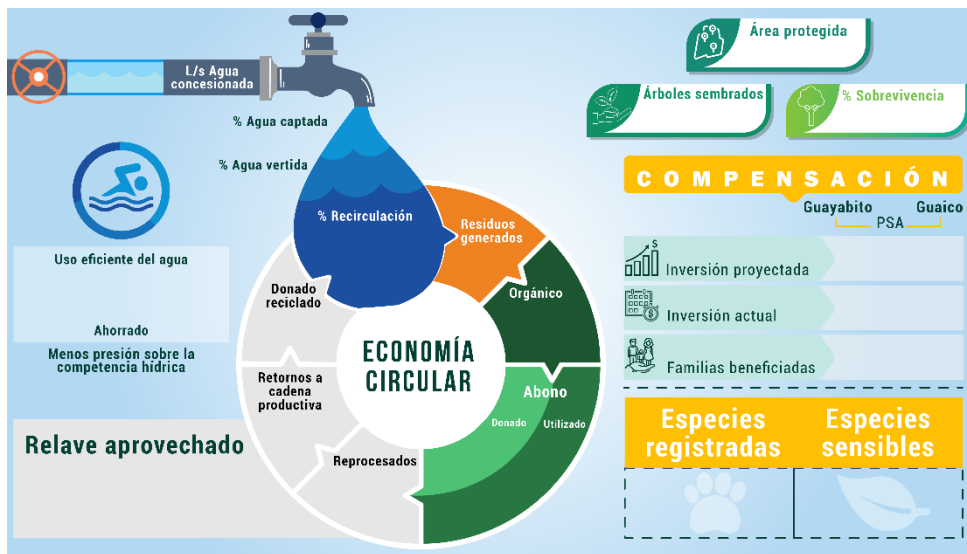
## 12.4.2 MATERIALES INFOGRÁFICO

*Figura 33 Infografía\_ Estrategia de Sostenibilidad*



Nota. Se diseñó una infografía para comunicar la información de manera sencilla y rápida con el uso de iconos, para transmitir el concepto de cada ítem. Además, de utilizan tonos verdes asociados con la naturaleza, el medio ambiente y lo ecológico para enfatizar el concepto de sostenibilidad en la empresa. *Tiempo de entrega: 3 días*

**Figura 34** Infografía\_ Componente fauna & flora\_ Economía circular



Nota. Se realiza un infográfico sobre la economía circular de la empresa, distribuyendo cada información visualmente con el uso de iconos y color para representar cada dato para mayor comunicación visual y presentar la información de manera clara y concisa, enriquecedora para el lector. Por otro lado, el concepto del grifo con el círculo representar la circulación de cada de acción que tiene la empresa con los componentes agua es la gestión del manejo del recurso hídrico, está relacionado con los tipos de residuos que le dona a la comunidad, que son utilizado y que se desechado. Es decir, el concepto de gráfico pretender entender que cada gota de agua se debe aprovecha eficiente en cada residuo, manteniendo un equilibrio para el medio ambiente. *Tiempo de entrega: 2 días*



Nota. En este segundo diseño se enfoca en la fauna y flora, se utiliza una imagen de la rana cristal una especie muy común en la operación minera como fondo. Se incorporan iconos para transformar la idea o el concepto del título, y obtener una mayor comprensión en la información. De igual manera, en la selección de colores que busca transmitir el concepto de la naturaleza.

Por otro lado, se realiza una estructura con una distribución bien equilibrada, para una mayor legibilidad en la información en cada sección, para conseguir un diseño limpio.  
 Tiempo de entrega: 1 día

Figura 35 Infográfico\_ Evaluación de estándares mínimos 2024



Nota. En este diseño infográfico se presenta la evaluación de estándares mínimos de la empresa Antioquia Gold LTD 2024 junto a la ARL Seguro Bolívar. Lo cual el objetivo de este infográfico es comunicar de manera efectiva a los colaboradores las normas y requisitos de SST que han logrado la empresa minera. Destacado el 100% de Autoevaluación Aceptable en el proceso de implementación que hace diariamente (PHVA). Por esta razón, se distribuyendo de manera efectiva la información destacando cada dato, asegurando un equilibrio visual en lo gráfico y los textual. *Tiempo de entrega: 1 día*

### **12.4.3 DISEÑO DE PIEZA GRÁFICA PARA FECHA CONMEMORATIVA**

La fecha conmemorativa cumple rol importante en la empresa, ya que es una empresa sostenible que se esfuerza por hacer una minería responsable, trabaja con la comunidad y cumplir con los requisitos ambientales, protegiendo el medio ambiente y minimizando el impacto negativo que puede causar la minería. De manera que, esta pieza gráfica ayuda a enfatizar los valores y compromisos de la empresa, en aspectos ambientales y sostenibilidad, en campañas de responsabilidad y concienciación en el trabajo, en festividad nacionales y apoyo al turismo en la región. Por medio de estas acciones se promueve el compromiso con la sostenibilidad y las comunidades con la minería responsable.

*Figura 36 Pieza gráfica\_ Día del Medio Ambiente*



**Nota.** Esta pieza gráfica fue diseñada para reflejar el compromiso con la sostenibilidad y la reducción de impacto ambiental que tiene la empresa en el manejo de materiales residuos, abono, agua concesionada, protección de las especies y procesamiento de chatarra. Por lo tanto, se emplea un diseño con fotografías destacado cada acción realizando por la empresa, resaltado cada número con datos coloridos y grandes para reforzar el concepto de la información, logrando así que el diseño sea efectivo en la parte gráfica y mensaje.

[Ver completo](#)

*Figura 37 Collage de Fotos\_ Día del padre*



Nota. El objetivo de collage es reconocer cada día la contribución y esfuerzo que llevan a cabo los padres dentro la empresa, en sus casas y en la sociedad. Por eso, se realizará un collage con fotografías de algunos padres de Antioquia Gold, acompañado con un mensaje que conecta el valor, el agradecimiento, inspiración y motivación que busca reconocer la importancia de los padres en lo laboral, en sus casas y sociedad.

*Figura 38 Pieza gráfica\_ Día del abogado*



Nota. Se elabora un diseño sobrio con un elemento gráfico y tono verde y amarillo muy suave con la necesidad de mostrar el compromiso y rol de los abogados en el contexto legal y ético en la empresa.

**Figura 39** Pieza gráfica\_ Día del café



Nota. Antioquia Gold una empresa de minería responsable, también apoya las actividades agrícolas en el municipio de Santo Domingo. Por ello, en el Día del Café, se diseñó un carrusel con tonos marrones y beige, asociados al color del grano de café, acompañado con empaques de café especiales del municipio y una taza, para agregar contraste visual y complementar el mensaje. De este modo, Antioquia Gold apoya la economía local en su área de influencia.

**Figura 40** Pieza gráfica\_ Día Nacional del minero



Nota. Durante la semana del Día del Minero que inicia el 6 Julio en la empresa, se realizan actividades recreativas para reconocer el labor y esfuerzo que cada uno de los trabajadores realiza dentro de las minas, destacando su orgullo por su fuerza laboral y dedicación en este trabajo. Por esa razón, se utiliza una imagen representativa de los mineros dentro su entorno de trabajo para comunicar la confianza la seguridad y autenticidad de estos mineros, incorporando el verde corporativo de la empresa, y enfatizando la importancia que tiene estas personas en la industria minera.

**Figura 41** Pieza gráfica\_ *Día de la Independencia*



Nota. En este diseño se utilizan los colores patrios de Colombia y una imagen de trabajadores unidos, con el objetivo de reflejar el sentido de unidad y orgullo nacional en la cultural del país, reconociendo la memoria de la unión y esfuerzo de los patriotas colombianos, Por este motivo, Antioquia Gold fomenta el valor de la unidad y esfuerzo que han llevado a cabo Colombia a alcanzar sus metas y objetivo a largo de su historia. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 42** Pieza gráfica\_ Campaña ley 2232



Nota. En apoyo a Ley 2232 de 2022 de la eliminación de 6 tipos de plásticos, se realiza composición visual sobria a partir de dicha información, exhibiendo los 6 tipos de plástico sumergido en agua, para comunicar la responsabilidad ambiental y la práctica sostenible que tiene la empresa en su operación minera. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 43** Pieza gráfica La batalla de Boyacá



Nota. El objetivo de esta pieza gráfica es incentivar el sentido de pertenencia y orgullo por la lucha de nuestro país, recordando la histórica batalla de Boyacá. Por ello, se

realiza un diseño sobrio, que incorpora elementos visuales como la cinta tricolor, un paisaje colombiano y un trabajador de Antioquia Gold, enfatizando el respeto y reconocimiento a la historia y cultura de nuestro país. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 44** Pieza gráfica\_ Día mundial de la agricultura



Nota. Antioquia Gold respeta y apoya las actividades agrícolas de los municipios de Santo Domingo y Cisneros. Por eso, en el Día Mundial de la Agricultura se realizó una pieza gráfica para resalta y agradecer el esfuerzo de estos agricultores que trabajan a diario por el bienestar de sus comunidades. A su vez, empleado elementos gráficos como imagen de agricultor, hojas verde y fondo con textura color beige para transmitir el respecto de esta actividad tradicional, la dedicación y trabajo duro que realizan estos agricultores. *Tiempo de entrega: 1 día*

*Figura 45* Pieza gráfica\_ *Día nacional de los derechos humanos*



Nota. Se realiza un diseño que busca transmitir directamente la importancia de los derechos humanos, especialmente en la empresa, donde se reafirma la gestión social y ambiental en la operación minera. Por eso, se utiliza colores y forma básicas para crear un diseño que busca la simplicidad de transmitir el mensaje efectivamente. *Tiempo de entrega:*  
*1 día*

**Figura 46** Pieza gráfica\_ *Día mundial de la prevención del suicidio*



Nota. La pieza gráfica Día mundial de la Prevención del Suicidio busca concientizar sobre la importancia de que cada vida es valiosa y recordar que debemos promover un espacio sobre la comunicación abierta, fomentado una cultura de empatía y sobriedad. Por otro lado, en lo aspecto gráfico, se utiliza el listón amarillo como símbolo de concienciación y esperanza en la salud mental, lo que también se integra en el fondo. En este diseño, busca comunicar de manera efectiva los valores de la empresa, como el “compromiso por sus empleados” y la “comunicación efectiva” donde la empresa actúa éticamente y responsable en su entorno de trabajo. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 47** Pieza gráfica\_ *Día Nacional de la Biodiversidad*



Nota. En Antioquia Gold están comprometida a cuidar y preservar la biodiversidad a través del monitoreo constante y la protección del hábitat de las especies. Por eso, en el diseño se utilizan fotografías tomadas por el área ambiental, junto con información importante, destacando cada dato numérico a color, para facilitar la comunicación del mensaje de forma efectiva sobre la práctica responsable que realiza la empresa. *Tiempo de entrega: 1 día*

[Ver completo](#)

**Figura 48** Pieza gráfica\_ *Día del Amor y la Amistad*



Nota. En este diseño se utilizan tonos cálidos y elementos gráficos motivados en el Día del Amor y la Amistad. Por ello, este diseño tiene como objetivo promover la empatía y compañerismo saludable en la empresa, contribuyendo a la creación de un ambiente laboral positivamente. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 49** Pieza gráfica\_ *Día mundial del turismo*



Nota. Se diseña esta pieza gráfica para conmemorar el día del turismo y a la vez promociona el turismo del corregimiento de Santiago, Municipio de Santo Domingo. Ilustrado a través de imagen sitios turismo del corregimiento, con tonos azulados verdes para enfatizar la riqueza cultural y natural del sitio, con el objetivo de beneficiar a la comunidad local en el crecimiento sostenible. *Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 50 Pieza gráfica\_ Día mundial de los animales**



Nota. La empresa Antioquia Gold es consciente del impacto ambiental que puede causar la minera, de manera que siempre trabaja en la conservación y reubicación de las especies que se encuentran alrededor de la operación minera. Por esta razón, en cada fecha conmemorativa de la biodiversidad o día de los animales se crea un carrusel para redes sociales con fotografías de especies tomado por el Área ambiental, para promover la protección y respeto por la fauna en el cuidado ambiental, y un llamado de la importancia de estas especies en nuestros ecosistemas, enfatizado la responsabilidad y el compromiso que tiene la empresa con el medio ambiente. *Tiempo de entrega: 1 día*

[Ver completo](#)

**Figura 51** Pieza gráfica\_ *Día Interamericano del Agua*



Nota. Para el Día Interamericano de agua, se realiza una composición de textura de agua, un planeta dentro de una gota de agua y salpicones de agua, utilizado un fondo con tonos azules para crear un concepto de composición visual protección y conservación del agua.

Acompañado de un mensaje sobre la reafirmación del compromiso de la empresa con uso sostenible del agua. *Tiempo de entrega: 1 día*

*Figura 52* Pieza gráfica\_ *Día mundial de la salud mental*



Nota. En el marco Día mundial de la salud mental, Antioquia Gold enfatiza la importancia de cuidar nuestra mente y cuerpo, hablar y escuchar para apoyar a quienes nos rodea. Por ese motivo, cuando se solicitó el diseño de esta pieza gráfica con dicho mensaje, se utilizó una imagen de una joven para transmitir la sensación de tristeza y aislamiento, y el peso emocional que siente muchas personas. Asimismo, se realizaron unos rompecabeza dentro de unas nubes, para simbolizar los pensamientos negativos, acompañada de una cuerda anclada a la silla para representar la fuerza que mantiene atrapada o aislada a la persona. Además, de la incorporación de un papel arrugado para reflejar fragilidad de la salud mental.

Por eso, el concepto visual que se quiere transmitir con elementos visuales acompañada con el mensaje es el apoyo mutuo que necesitan las personas que se encuentran en estado de vulneración y fomentar el bienestar de los empleados.

*Tiempo de entrega: 1 día*

**Figura 53** Pieza gráfica\_ Día del Geólogo



Nota. En el Día del Geólogo en Colombia, se utiliza la imagen de una geóloga de Antioquia Gold, con tonos amarillos y marrones para generar un ambiente natural en la fotografía, y un efecto en el nombre 'Geólogo' para enfatizar el campo de esta área. Comunicando el concepto del trabajo minero y exploración que realizan los geólogos, destacando su profesionalismo con orgullo y su capacidad en el estudio de la tierra. Por eso, Antioquia Gold valora el trabajo que realiza los geólogos en su operación minera, promoviendo el orgullo profesional por medio de este diseño y mensaje.

Figura 54 Pieza gráfica\_ Invitación dinámica Halloween



Nota. Antioquia Gold es un lugar de trabajo muy dinámico y divertido, donde se fomenta la integración de los colaboradores. Por ello, en la creación de esta pieza gráfico, se realizó un diseño visualmente con colores vivos e imágenes animadas de programas de TV, con el propósito de transmitir el mensaje más claro y divertido para el público, con el contexto de la información enviada en el cabezote del diseño a los correos de los colaboradores y compartido en las pantallas de la empresa. *Tiempo de entrega: 1 día*

## 12.5 ANEXO E

Desde el Área de Administración se realizó la impresión de esta pieza gráfica con el objetivo de pegarla en las habitaciones, oficina y baño como recordatorio de que deben recargar su termo según la ubicación de los dispensadores en la zona de operación minera, para evitar el uso de vasos desechables, los cuales será utilizando por los visitantes.



Fotografías de las señalizaciones en la operación minera Antioquia Gold, fotografiadas al momento de su llegada y durante su ubicación de instalación en la zona de operación minera.







Nota. Mediante el presente documento, relacionado al proyecto de grado, se informa que las fotografías incluidas en este Anexo E fueron solicitadas al Área ambiental con fines educativos y académicos. Como parte de la documentación del diseño de señales en las instalaciones de la empresa, puesto que es un elemento clave para su aplicación en un entorno real.

Mockup & Fotografía de Impresión de los Diseños de Cuaderno para los Niños los  
Municipio de Santo Domingo y Cisneros



Cuando se solicita diseño de trabajo para impresión, siempre se realiza un mockup para presentar una vista previa realista del diseño en su aplicación final, con el objetivo evaluar el diseño en su funcionalidad y corroborar el diseño, definiendo los ajustes o correcciones necesarias que sean requeridas.



[Ver video: Impresión de los cuadernos](#)

- **Entrega de certificados para los niños de Cisneros, Santiago, Porce y la vereda El Limón**

[Ver Fotos Red social Antioquia Gold](#)

Fotografía del día de las elecciones copasst

