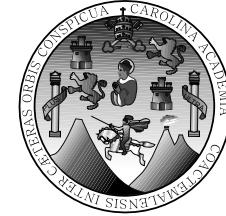


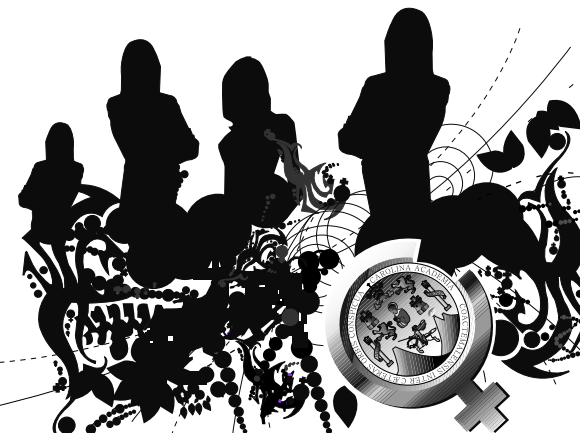
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



arquitectura

Campaña de información para incorporar el enfoque  
de género en la educación superior de la Universidad  
de San Carlos de Guatemala a través del Instituto  
Universitario de la Mujer (IUMUSAC)

Siggrid Anaely Pérez Maldonado  
Carné No. 9610332



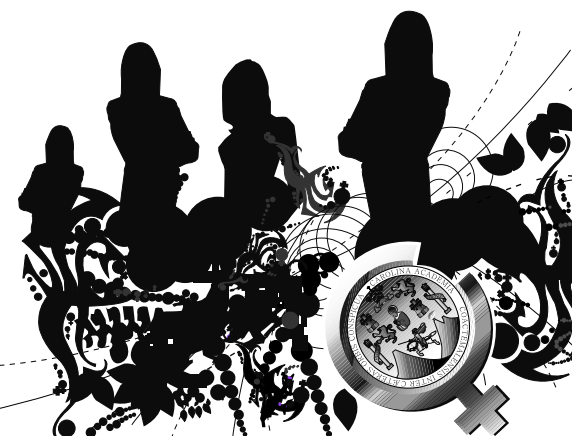
Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico  
Énfasis Informático Visual, especialidad multimedia

# INDICE

	Página
Capítulo I	
Antecedentes .....	1
Definición del problema.....	2
Justificación .....	3
Objetivos de diseño .....	4
Capítulo II	
Perfil del cliente .....	5
Organigrama .....	6
Propósitos .....	7
Funciones .....	7
Visión .....	8
Misión .....	9
Fundamentos legales internacionales..	9
Fundamentos legales nacionales.....	11
Fundamentos legales universitarios....	15
Valores .....	19
Servicios que brinda .....	19
Personas a las que atiente .....	20
Grupo objetivo	
Grupo objetivo primario.....	21
Grupo objetivo secundario.....	22

# INDICE

	No. Pg.
Capítulo III	
Conceptos de investigación.....	23
Conceptos de diseño.....	28
Capítulo IV	
Concepto de diseño.....	34
Proceso de bocetaje.....	35
Capítulo V	
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final	
Instrumento de medición.....	37
Encuestas .....	38
Resultado encuestas a profesionales..	42
Resultado encuestas a estudiantes.....	45
Resultado encuestas a diseñadores gráficos.....	47
Análisis de resultados.....	50
Propuesta gráfica final y fundamentación .....	51
Presupuesto .....	55
Cronograma del proyecto.....	56
Conclusiones.....	57
Recomendaciones.....	58
Bibliografía.....	59



# AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

## Facultad de Arquitectura Junta Directiva

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano  
Arq. Jorge Arturo González Peñate  
Vocal I  
Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez  
Vocal II  
Arq. Carlos Enrique Martini Herrera  
Vocal III  
Br. Javier Alberto Girón Díaz  
Vocal IV  
Br. Omar Alexander Serrano de la Vega  
Vocal V  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Secretario  
Arq. Manuel Y. Arriola Retolaza  
Director Escuela de Diseño Gráfico

## Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Secretario

Licda. Hilda Rosaura Gramajo de Arévalo  
Licenciada en Trabajo Social  
Asesora de Proyecto de Graduación especialista en tema de género.

Lic. Guillermo Adolfo García Letona  
Licenciado en Publicidad  
Asesor Especialista del Proyecto de Graduación

Lic. Víctor Manuel Pacheco Pérez  
Licenciado en Diseño Gráfico  
Asesor de Proyecto de Graduación

# AUTORIDADES

“A ti, oh Dios, te doy gracias y te alabo, porque me has dado sabiduría, fuerza, dedicación, y me has rodeado de bendiciones.”

Agradezco a mis asesores/a quienes formaron parte del equipo multidisciplinario para que esta investigación diera un aporte científico a la academia, y que además contribuyeron a mi formación profesional.

Al Instituto Universitario de La Mujer de la USAC por su apoyo.

Dedico este proyecto a mi madre la Licenciada Miriam Ileana Maldonado Batres, mujer intelectual, quien con su ejemplo, apoyo y entereza, me ha demostrado que nada es imposible.

A mi esposo Baruck Dávila por su incondicional apoyo.

A toda mi familia quien ha estado siempre presente para ayudarme y apoyarme.

A mis amigas/os quienes han compartido todos los momentos más importantes de mi vida.



# ANTECEDENTES

## CAPÍTULO I

La desigualdad en la sociedad guatemalteca, repercute negativamente en las diversas áreas de la vida nacional. La inequidad ha producido una brecha social que ha generado relaciones sociales desiguales, inequitativas y excluyentes.

Es por ello, que La Universidad de San Carlos de Guatemala asume su compromiso ético, académico y reconoce que debe crear esfuerzos para construir nuevos valores para promover una sociedad justa e igualitaria.

Asigna al Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la tarea de liderar, orientar, impulsar, organizar, realizar y estructurar programas y proyectos de investigación docencia y extensión universitaria, relacionadas con el desarrollo, adelanto y mejoramiento de la condición de las mujeres en el país; promover una cultura de equidad de géneros, acceso al desarrollo, respeto a la diversidad sociocultural.

El IUMUSAC fue creado por<sup>(1.)</sup> “Acuerdo de Rectoría No. 1051-2004, de Fecha 11 de Noviembre 2004 e institucionalizado por el Consejo Superior Universitario en el Punto Séptimo, inciso 7.2, del Acta No. 16-2006 de fecha 21 de Junio 2006.”

<sup>(2.)</sup> “El Instituto inicia sus funciones el 1 de Febrero del año 2005 y es presentado públicamente a la comunidad universitaria el 8 de marzo del 2005, en el marco de la conmemoración del día internacional de la mujer, por el rector Dr. M.V. Luis Alfonso Leal Monterroso.”

<sup>(3.)</sup> Siendo algunas de sus funciones: “Constituirse en el órgano Universitario de consulta en la temática de la mujer y género en la solución de problemas nacionales.

- Proponer, estimular y asesorar la inclusión de la temática de las mujeres en el desarrollo de programas de investigación, docencia y extensión; adoptando medidas efectivas, para la pronta eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres dentro y fuera de la Universidad.”

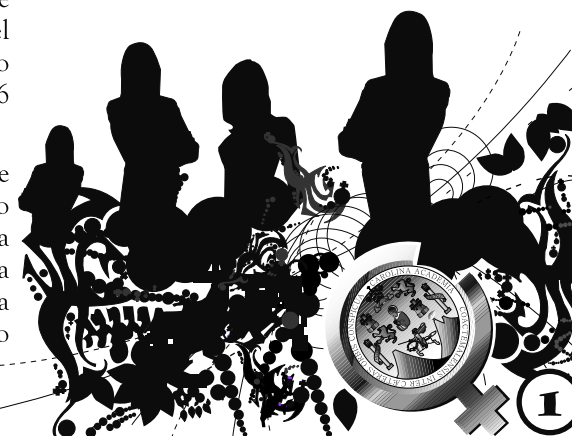
Actualmente, el Instituto cuenta con materiales alternos, pero no adaptados a la realidad nacional, es por ello la necesidad de crear materiales científicamente efectivos e innovadores a través del Diseño Gráfico.

(1.) Maldonado, Miriam “Plan estratégico IUMUSAC 2,022”, 2006, Presentación P. i, Guatemala, USAC

(2.) Maldonado, Miriam 2,005 Marcos Académicos Instituto Universitario de la Mujer P.1 Guatemala, USAC

(3.) Maldonado, Miriam, IBID,(1), P.3

# CAPÍTULO I



# DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

## CAPÍTULO I

<sup>(4.)</sup>La equidad de género significa: justicia, dar a cada quien lo que le pertenece, reconociendo las condiciones o características específicas de cada persona o grupo humano (sexo, género, clase, religión, edad).

Reconocer la diversidad, sin que ésta signifique razón para la discriminación.

La equidad de género pretende el acceso de las personas a la igualdad de oportunidades y al desarrollo de sus capacidades mediante la eliminación de las barreras que obstaculizan las oportunidades económicas y políticas, así como el acceso a la educación y los servicios básicos, de tal manera que las personas (hombres y mujeres de todas edades, condiciones y posiciones), puedan disfrutar de dichas oportunidades y beneficiarse con ellas.

La equidad de género implica, el avance de las mujeres en la participación mediante acciones positivas que contribuyan a reducir las desigualdades entre los géneros.”

La inequidad de género es un problema nacional, por lo que se deben buscar mecanismos para obtener la equidad.

Con esta definición, se sustenta que el problema se manifiesta en los diferentes ámbitos de la vida nacional, la participación política, la que es medida por la proporción de puestos de trabajo ocupados por hombres, siendo mayor a los ocupados por mujeres.

# DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

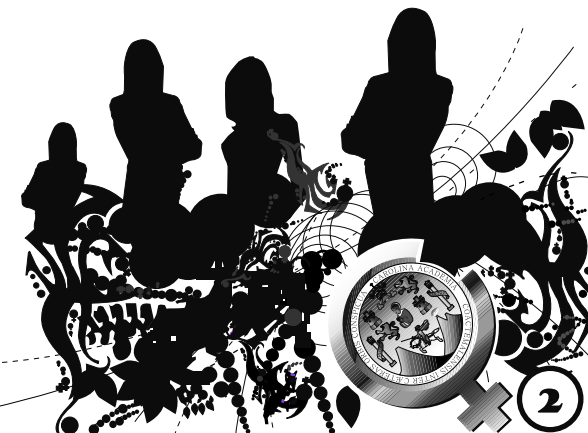
## CAPÍTULO I

El acceso a las oportunidades profesionales, medido por la proporción de puestos administrativos, ejecutivos, profesionales y técnicos para las mujeres y la posición económica medida a través de salarios pagados a las mujeres utilizando el PIB per capita no ajustado.

Es por ello la necesidad, de educar a la población universitaria del tema en cuestión, siendo el IUMUSAC el canal para realizar dicha tarea, a través de la campaña de información para incorporar el enfoque de género en la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC).

Se presenta el proyecto de investigación comunicación, realizado en la ciudad de Guatemala en el periodo de julio a noviembre 2006.

(4.) ODEG “Oficina de equidad de Género”  
Disponible en: <http://www.mopt.go.cr/EQG/conceptosEQG.html>  
HTML Document Tamaño 17570 Bytes Creado: 08/02/2007 En Español



# JUSTIFICACIÓN

## CAPÍTULO I

La inequidad de género y la no erradicación de cualquier tipo de exclusión en la sociedad guatemalteca, repercute perjudicialmente en las múltiples áreas de la vida nacional, por lo tanto es necesario construir nuevas relaciones de género.

Se debe adquirir la responsabilidad académica, profesional y ciudadana en promover la equidad de género en todos los ámbitos especialmente en la educación superior.

El no conocer el tema en cuestión, afecta el desarrollo científico, tecnológico y humanístico de la educación a todo nivel especialmente la educación superior.

El/la diseñador/a gráfico/a tiene una gran responsabilidad en producir aportes científicos, de comunicación y divulgación; posee las herramientas necesarias para dar un aporte que transforme las relaciones entre hombres y mujeres desde un punto de vista de la igualdad.

Es por ello la necesidad imperante de apoyar al IUMUSAC en su labor de promover, organizar, impulsar la educación basada en la democracia, igualdad de trato, de condiciones, oportunidades y la erradicación de cualquier tipo de discriminación.

Los materiales gráficos obtenidos en esta investigación, para promover la equidad de género en la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala serán difundidos por medio del programa de comunicación, el cual uno de sus principales objetivos es buscar y establecer los espacios y mecanismos de comunicación institucional, dentro de la estructura organizativa del IUMUSAC, la comunidad Universitaria, el movimiento de mujeres y la sociedad en general.

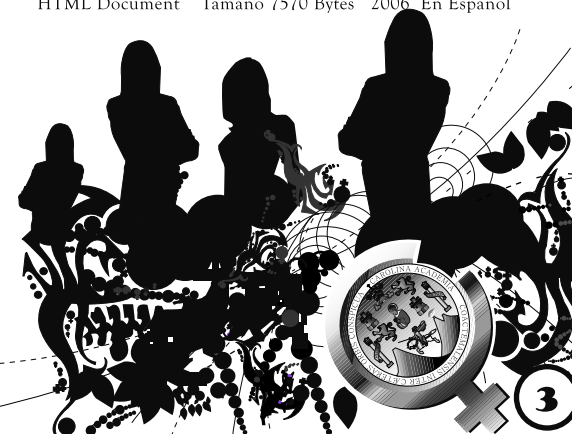
Con este material, se propone llegar aproximadamente a <sup>(5.)</sup>2,429 docentes, quienes a su vez formarán parte del efecto multiplicador con sus estudiantes; la matrícula anual de la USAC es de aproximadamente 109,234, y además al personal administrativo de las unidades académicas y de la administración central el cual está conformado por aproximadamente 4,171 personas, quienes son la población meta universitaria.

(5.) Información proporcionada por :

- IUMUSAC
- Unidad Ejecutora USAC

<http://www.guatemcompras.got.gt/Concursos/files/62/307327@Bases%20de%20Cotización%20No%206-20PLAN%20MAESTRO%20VIAL-USAC.doc>

HTML Document Tamaño 7570 Bytes 2006 En Español



# OBJETIVOS DE DISEÑO

## CAPÍTULO I

### OBJETIVOS

#### ESPECIFICOS

Satisfacer las expectativas del IUMUSAC, fortaleciendo sus canales de divulgación y apoyando con materiales de comunicación adecuados, a través de conceptos de diseño eficientes y eficaces.

Proporcionar al IUMUSAC herramientas gráficas y tecnológicas tales como: afiches, banners, CD'S interactivos etc. para instruir a la población universitaria acerca de la Equidad de Género.

Estimular a la población universitaria, a formar parte en la construcción de la relaciones de equidad de género, a reconocer su importancia y a tomar una actitud favorable al tema.

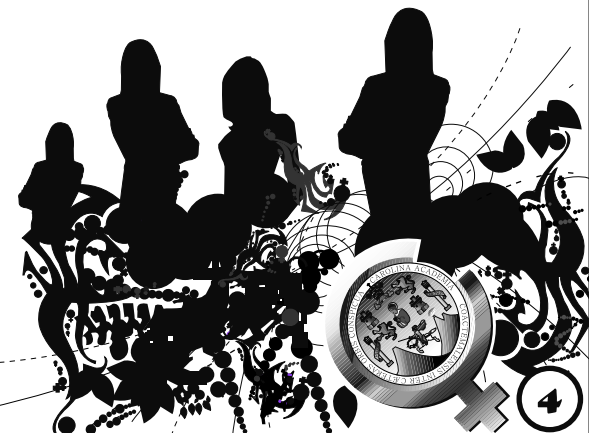
### OBJETIVO

#### GENERAL

Sensibilizar a docentes y estudiantes, para que contribuyan a la construcción de relaciones de género con equidad, a través de materiales de comunicación gráfica.

# OBJETIVOS DE DISEÑO

## CAPÍTULO I



# PERFIL DEL CLIENTE

El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es el órgano rector de las políticas públicas universitarias a favor de las mujeres.

Inició sus funciones en febrero 1 del año 2005, actualmente tiene 2 años de funcionamiento, se encuentra en un proceso de consolidación, está administrado por un equipo profesional multidisciplinario de mujeres.

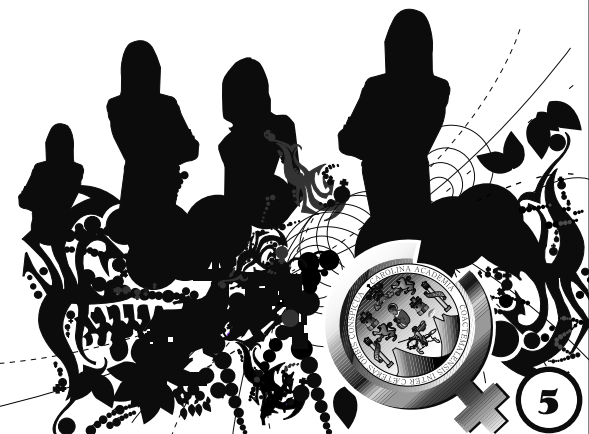
Vela por el desarrollo y los derechos de la mujeres universitarias.

Dirige, coordina y vela por la incorporación y aplicación del enfoque de género en el currículo universitario, los estudios de la mujer, las mujeres, género y feminismo en el sistema de investigación y ámbitos universitarios.

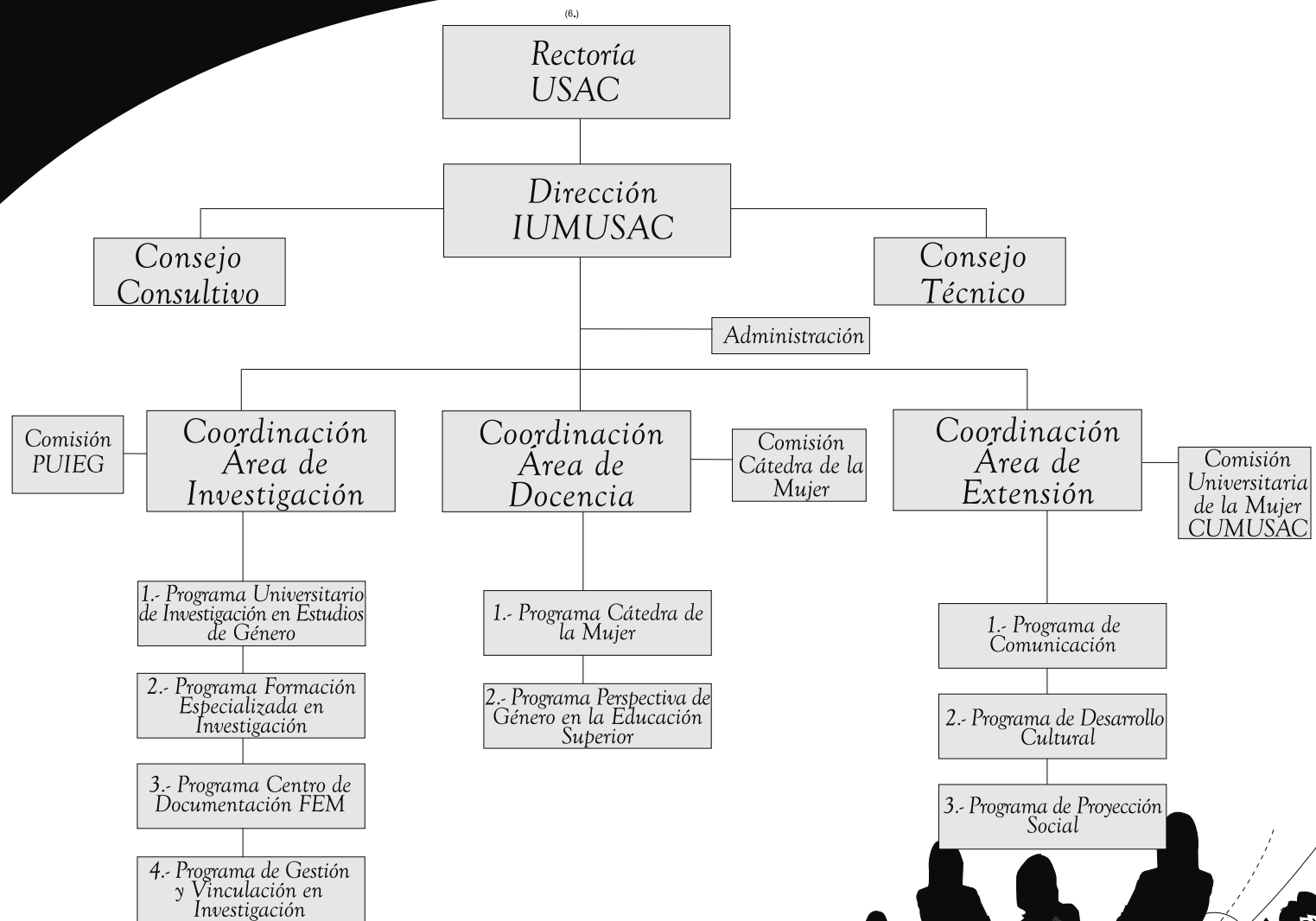
Fue creado por acuerdo de Rectoría No. 1051-2004 de fecha 11 de noviembre 2004.

La sede del IUMUSAC se encuentra ubicada en la Casa de la Cultura "Flavio Herrera" Calle Mariscal, 7-46 Zona 11, Colonia Mariscal, Ciudad de Guatemala.

## CAPÍTULO II

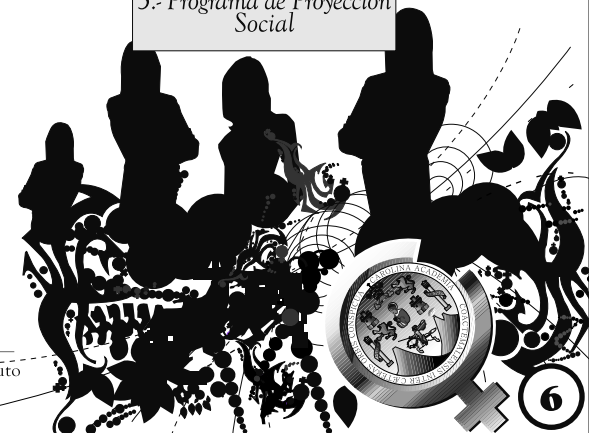






**ORGANIGRAMA**  
**PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II**

(6.) Maldonado, Miriam Estructura Administrativa Instituto Universitario de la Mujer 2,005 Pág.3 Guatemala USAC



## **FUNCIONES**

### **PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II**

<sup>(8.)</sup> “ Constituirse en el órgano universitario de consulta en la temática mujer, género y solución a los problemas nacionales.

Proponer, estimular y asesorar la inclusión de la temática de las mujeres en el desarrollo de programas de investigación, docencia y extensión.

Proponer y adoptar medidas efectivas, para la pronta eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres, dentro y fuera de la Universidad.

Promover y coordinar nuevos indicadores, que permitan medir el avance de la condición, situación y posición de las mujeres.

Monitorear, evaluar y verificar la aplicación de directrices tendientes a lograr la equidad entre mujeres y hombres a lo interno en la universidad.

Gestionar la cooperación nacional e internacional.”

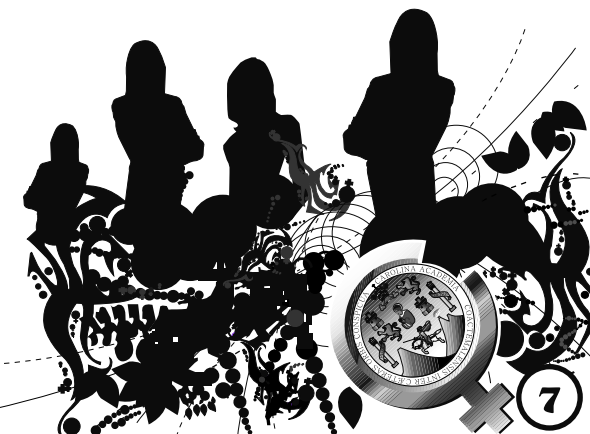
(8.) Maldonado, Miriam, Ibid. (7.)

- <sup>(7.)</sup> “ Promover el debate y análisis de la realidad de las mujeres y las relaciones de género en la sociedad guatemalteca.
- Promover el estudio de la situación, condición y posición de las mujeres, aplicando metodología especializada de los estudios de la mujer, las mujeres, género y feminismo.
  - Incorporar la perspectiva de género en el currículo de estudios, para fortalecer la formación integral de las y los profesionales.
  - Potenciar la participación de las mujeres en la conducción del desarrollo de Guatemala, para construir una democracia con equidad.
  - Proponer propuestas a nivel universitario y nacional, que eliminen la opresión, exclusión, discriminación de las mujeres en la sociedad guatemalteca.”

(7.) Maldonado, Miriam, Op. Cit.(2.), Pág.3

## **PROPÓSITOS**

### **PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II**



<sup>(9.)</sup> “Somos el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC-, líder de las políticas y acciones a favor del desarrollo integral de las mujeres y de la promoción de la equidad de género en la educación superior, a través de la Política y Plan de Equidad de Género 2006-2014, que operativiza el enfoque de género y el eje transversal de género, aprobado por el Consejo Superior Universitario en el Plan Estratégico USAC 2022 y como lo establecen los compromisos nacionales e internacionales.

Conducimos la incorporación del enfoque de género en el currículo universitario, los estudios de la mujer, las mujeres, género y feminismo en el sistema de investigación, que inciden en el empoderamiento, la autonomía y el liderazgo de las mujeres en la academia y en los espacios de toma de decisión en igualdad y equidad, para la transformación económica, política, social y cultural del país con vinculación con la academia, el Estado, el movimiento de mujeres, la sociedad civil y la comunidad internacional.

**VISIÓN**  
PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

**VISIÓN**

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

Dirigimos programas académicos, que impulsan métodos de trabajo y métodos educativos innovadores, que permiten el acceso, permanencia, el egreso y la profesionalización de las mujeres en igualdad y equidad, en todos los niveles y disciplinas, a través de las áreas de investigación, docencia y extensión universitaria.

Nuestra administración, es democrática y altamente representativa de la comunidad de mujeres universitarias, integrada por personal calificado y reconocido por su formación y experiencia con enfoque de género y conocimiento de las teorías feministas. Con un desempeño eficiente y eficaz, con capacidad de gestión, infraestructura propia, financiamiento, recursos y tecnologías pertinentes, que contribuyen al fortalecimiento y sostenibilidad del Instituto Universitario de la Mujer.”

(9.) Maldonado Miriam Op. Cit.(1.), Pág. 32



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

<sup>(10.)</sup>“ El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC-, es el ente rector de las políticas y acciones a favor de las mujeres y la equidad de género en la educación superior. Responsable de asesorar, dirigir, promover, coordinar, articular y ejecutar programas y proyectos de investigación, docencia y extensión; con efectividad promueve el desarrollo de programas de formación con enfoque de género, efectúa investigaciones y estudios de la mujer, las mujeres, género y feminismo.

Promueve valores, actitudes y prácticas que conlleven a la comunidad universitaria y a la

sociedad guatemalteca, a visibilizar y valorar los aportes de las mujeres a la academia y a la humanidad. Se desempeña en un marco de excelencia ético-académica, para fortalecer los espacios creados por las mujeres universitarias, promoviendo la participación de las actoras/es universitarios, en vinculación con el Estado, organizaciones de mujeres, la sociedad civil, universidades y la comunidad internacional; para que se cumplan los compromisos a favor de las mujeres, la equidad de género y contribuir a la construcción de una nación con igualdad y la equidad entre mujeres y hombres en el proceso de transformación económica, social, cultural y política.”

(10.) Maldonado Miriam Op. Cit, (1.), Pág. 31

**MISIÓN**  
PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

### <sup>(11.)</sup> INTERNACIONALES

Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción,

FORJAR UNA NUEVA VISIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

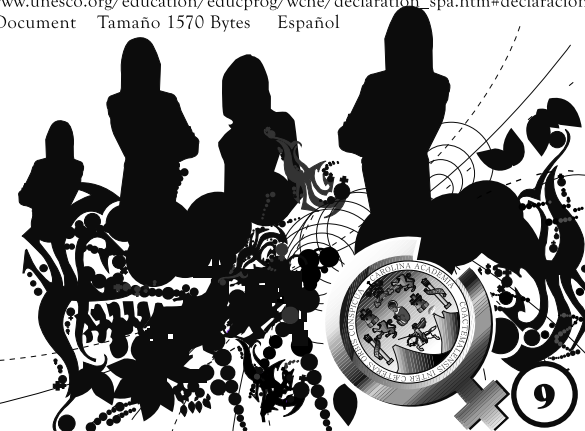
Artículo 4.

**Fortalecimiento de la participación y promoción del acceso de la mujeres**

a) Aunque ya se hayan realizado progresos considerables en cuanto a mejorar el acceso de las mujeres a la enseñanza superior, en muchas partes del mundo todavía subsisten distintos obstáculos de índole socioeconómica, cultural y política, que impiden su pleno acceso en integración efectiva.

Superarlos, sigue revistiendo una prioridad urgente en el proceso de renovación encaminado a establecer un sistema de educación superior equitativo y no discriminatorio, fundado en el principio del mérito.

(11.) UNESCO “Declaración Mundial Sobre la Educación Superior en el SIGLO XXI: Visión y acción” 1,998 Francia, Disponible en: [http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration\\_spa.htm#declaracion](http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm#declaracion)  
HTML Document Tamaño 1570 Bytes Español



## FUNDAMENTOS LEGALES

### PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

<sup>(12.)</sup> b) Se requieren más esfuerzos para eliminar todos los estereotipos fundados en el género en la educación superior, tener en cuenta el punto de vista del género en las distintas disciplinas, consolidar la participación cualitativa de las mujeres en todos los niveles y las disciplinas en que están suficientemente representadas, e incrementar sobre todo su participación activa en la adopción de decisiones.

c) Han de fomentarse los estudios sobre género (o estudios relativos a la mujer) como campo específico que tiene un papel estratégico en la transformación de la educación superior y de la sociedad.

d) Hay que esforzarse por eliminar los obstáculos políticos y sociales que hacen que la mujer esté insuficientemente representada, y favorecer en particular la participación activa de la mujer en los niveles de la elaboración de políticas y la adopción de decisiones, tanto en la educación superior como en la sociedad.

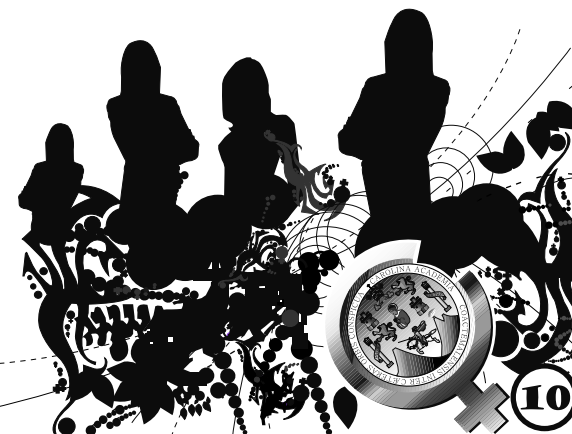
(12.) UNESCO Loc. Cit, (11.)

<sup>(13.)</sup> Los Objetivos y Metas del Milenio adoptadas por Naciones Unidas en el año 2000, plantean en el objetivo tercero:

“ Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.”

“ Como meta número cuatro establece:  
Eliminar las desigualdades entre los géneros, en la enseñanza primaria y secundaria preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza para el 2015”.

(13.) Galicia Patricia, Maldonado Miriam, Puntos de partida para incorporar el enfoque de género en la docencia universitaria, Pág.10, 2006, Guatemala USAC



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

### NACIONALES

#### <sup>(15.)</sup> Constitución Política de la República de Guatemala

##### Artículo 82.

La Universidad de San Carlos, en su carácter de única universidad estatal, le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del Estado y la educación profesional universitaria estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance, la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales. Se rige por su ley orgánica y por sus Estatutos y reglamentos que ella emita, debiendo observarse en la conformación de los órganos de dirección, el principio de representación de sus catedráticos titulares, sus graduados y sus estudiantes.

(15.) Gobierno de Guatemala, Constitución Política de la República de Guatemala  
<http://www.guatemala.gov.gt/docs/constitucion-01.pdf>  
Document:PDF/Adobe Acrobat Tamaño 30616 Bytes Español

#### <sup>(14.)</sup> Declaración del Milenio

##### III. EL DESARROLLO Y LA ERRADICACIÓN DE LA POBREZA

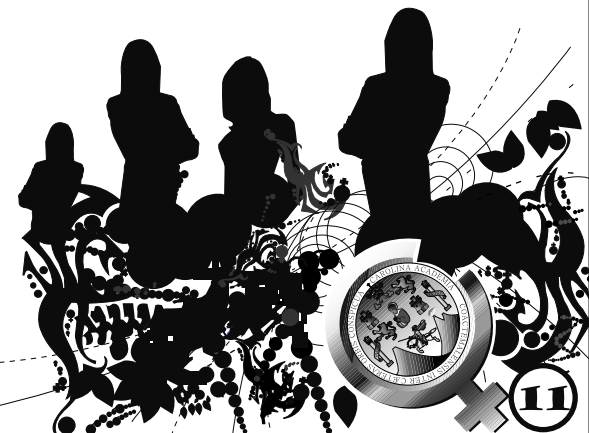
###### 20. Decidimos también:

Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer como medios eficaces de combatir la pobreza, el hambre y las enfermedades y de estimular un desarrollo verdaderamente sostenible.

##### V. DERECHOS HUMANOS, DEMOCRACIA Y BUEN GOBIERNO

Luchar contra todas las formas de violencia contra la mujer y aplicar la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Contra la Mujer.

(14.) Naciones Unidas 2,000 ,EEUU, disponible en:  
<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/ares552.html>  
HTML Document Tamaño 26616 Bytes Español



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

<sup>(16.)</sup>Ley de Desarrollo Social  
Decreto Legislativo Número 42-2001  
El Congreso de la República de Guatemala

### CONSIDERANDO

Que en Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos. El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades.

### CAPITULO II

Artículo 4. Equidad. en el marco de la multiculturalidad que caracteriza a la Nación guatemalteca, la equidad de género, entendida como la igualdad de derechos para hombres y mujeres, la paternidad y maternidad responsable, la salud reproductiva y maternidad saludable, son principios básicos y deben ser promovidos por el Estado.

### CAPITULO III

De la Política de Desarrollo Social y Población  
Objetivos Básicos y Fundamentales

Artículo 10. OBLIGACION DEL ESTADO.  
Numeral 6.

Alcanzar la plena integración y participación de la mujer al proceso de desarrollo económico, social, político y cultural.

Artículo 16. SECTORES DE ESPECIAL ATENCIÓN  
Numeral 2. Mujeres.

La política de Desarrollo Social y Población incluirá medidas y acciones destinadas a atender las necesidades y demandas de las mujeres en todo su ciclo de vida, y para lograr su desarrollo integral promoverá condiciones de equidad respecto al hombre, así como para erradicar y sancionar todo tipo de violencia, abuso y discriminación individual y colectiva contra las mujeres, observando los convenios y tratados internacionales ratificados por Guatemala.

### CAPITULO V

De la Política de Desarrollo Social y Población  
Sección III

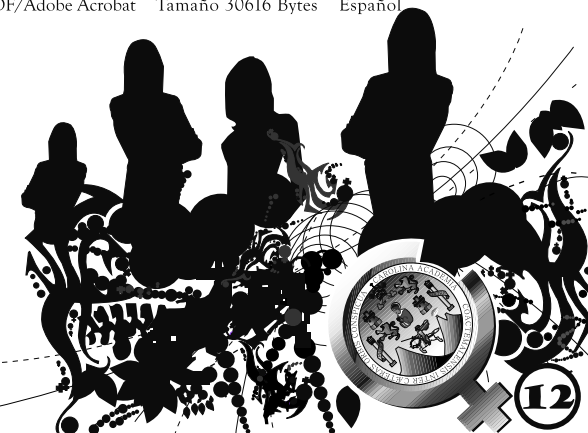
Política de desarrollo social y población en materia de educación

Artículo 27. EDUCACION.

Párrafo 1

Todas las personas tienen derecho a la educación y de

(16.) Congreso de la República de Guatemala 2,001 Guatemala  
<http://www.vnuguatemala.org/Documentos%20Promotores/Manual%20Digital%20Quiche/files/button1/contenido/Leyes/LeyDesarrolloSocial.pdf>  
Document:PDF/Adobe Acrobat Tamaño 30616 Bytes Español



aprovechar los medios que el Estado pone a su disposición para su educación, sobre todo de los niños y adolescentes.

La educación es un proceso de formación integral del ser humano para que pueda desarrollar en amor y en su propia cosmovisión las relaciones dinámicas con su ambiente, su vida social, política y económica dentro de una ética que le permita llevar a cabo libre, consciente, responsable y satisfactoriamente su vida personal, familiar y comunitaria.

La educación debe incluir aspectos de formación en derechos humanos, educación para la participación ciudadana, en la equidad y participación de la mujer, educación intercultural en temas ambientales y de sostenibilidad, así como educación en población.

Artículo 29. TEMATICA EDUCATIVA EN POBLACION  
Numeral 1. Incluir la materia de población en todos los niveles y modalidades del sistema educativo nacional, comprendiendo cuando menos las temáticas relativas a: desarrollo, población, salud, familia, calidad de vida, ambiente, género, sexualidad humana, derechos humanos, multiculturalidad e interculturalidad, paternidad, maternidad responsable y salud reproductiva.

Congreso de la República de Guatemala Loc. Cit, (16.)

<sup>(17.)</sup> Política Nacional de Promoción y Desarrollo de las Mujeres Guatemaltecas y Plan de Equidad de Oportunidades 2001-2006  
Gobierno de Guatemala y SEPREM

Capítulo III Eje Equidad en Educación  
Marco general de las políticas  
3o. y 4o. Eje Político:

Garantizar el acceso de las mujeres a programas de formación, adiestramiento, readiestramiento y capacitación técnica y profesional en condiciones de equidad entre hombres y mujeres, entre grupos socioculturales y área rural, área urbana.

Garantizar la participación equitativa de mujeres y hombres, en los distintos niveles del sistema educativo y administrativo, a fin de que exista una representación y participación equitativa en los cuerpos docentes, administrativos, así como la comunidad educativa a nivel nacional.

(17.) Gobierno de la República de Guatemala Secretaría presidencial de la mujer, Política Nacional de Promoción y Desarrollo de las Mujeres Guatemaltecas y Plan de equidad de oportunidades 2001-2006, año 2005, Guatemala, Serviprensa, S.A.





# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

que limitan la participación de las mujeres en los programas de formación, adiestramiento y capacitación profesional.

Inciso c: Crear y promover procesos amplios de difusión nacional e intersectoriales, dirigidos a incentivar y promover que las mujeres conozcan y participen en los programas de formación, adiestramiento y capacitación técnica profesional.

### <sup>(19)</sup> LEY PARA LA DIGNIFICACIÓN Y PROMOCIÓN INTEGRAL DE LA MUJER DECRETO No. 07-99

En el capítulo II, Art. 9o., indica que se garantizan las acciones y mecanismos para la equidad en la educación: el Estado garantiza a las mujeres la educación nacional en condiciones de equidad, en todas las etapas del proceso educativo; favorecerá el respeto y valoración de las identidades culturales sin afectar la unidad de la nación.

<sup>(18)</sup> Política Nacional de Promoción y Desarrollo de las Mujeres Guatemaltecas y Plan de Equidad de Oportunidades 2001-2006  
Gobierno de Guatemala y SEPREM

Capítulo III Eje Equidad en Educación

Eje Político: Enriquecer los fundamentos de la filosofía educativa, integrando el principio equidad entre mujeres y hombres y entre grupos socioculturales.

Acciones Estratégicas

Inciso j: Promover programas universitarios de educación a distancia para mujeres de todos los sectores y grupos socioculturales.

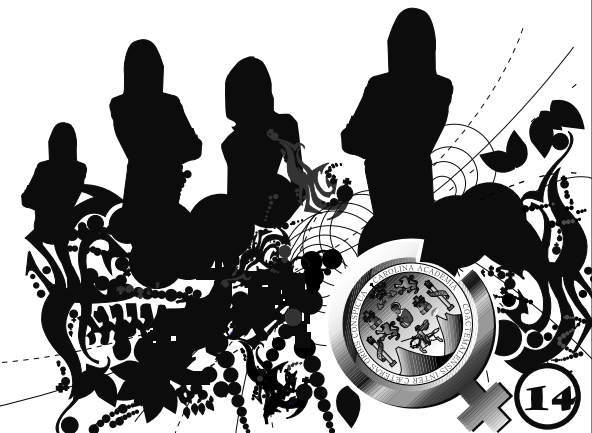
Eje Político: Garantizar el acceso de las mujeres a programas de formación, adiestramiento, readiestramiento y capacitación técnica y profesional en condiciones de equidad entre hombres y mujeres, entre grupos socioculturales y área rural, área urbana.

Acciones Estratégicas

Inciso b: Eliminar las barreras administrativas y prácticas

(18.) Gobierno de la República de Guatemala, Secretaría Presidencial de la Mujer, Op. Cit, (17.)

(19.) Galicia, Patricia, Maldonado, Miriam Op. Cit, (13.) , Pág.8



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

### UNIVERSITARIOS

#### Marco Filosófico de la Universidad

<sup>(20.)</sup> El Consejo Superior Universitario, en el Punto Cuarto del Acta 15-98 de fecha 24 de junio 1998, en sesión aprobó el siguiente Marco Filosófico de la Universidad:

Constitucionalmente la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una institución autónoma con personalidad jurídica. En su carácter de única Universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del Estado y la educación profesional universitaria estatal, así como la difusión de la cultura en todas su manifestaciones.

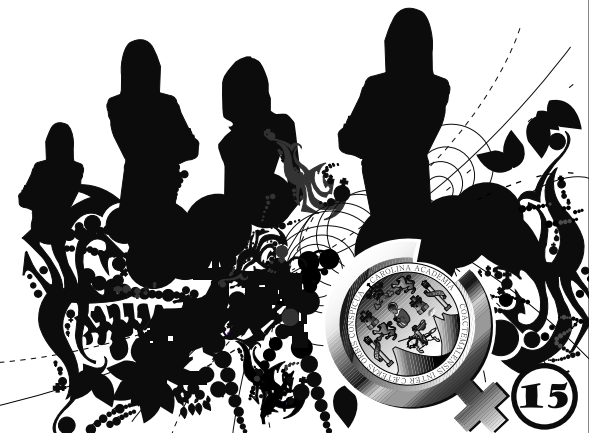
Promoverá por todos los medios a su alcance, la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales. Es una institución académica, con patrimonio propio, que contribuirá a

desarrollar una filosofía latinoamericana, que nos aleje de la dependencia histórica y en el ínterin haga propuestas antihegemónicas de carácter libertario.

La Universidad propenderá constantemente a encaminarse hacia la excelencia académica, en la formación integral de estudiantes, técnicos, profesionales y académicos con compromiso ético moral, para actuar en la solución de los problemas nacionales, promoviendo la participación en la población desde dentro y fuera de ella.

La educación superior, debe además proyectarse a toda la sociedad, tomando en cuenta el contexto pluricultural, multilingüe y multiétnico, procurando una Universidad extra muros, democrática, creativa y propositiva, recuperando su legitimación, su identidad y su memoria histórica. Su deber ser, no es solo para sí, si no para otros. Por lo tanto, debe influir permanentemente en la reforma del modelo educativo nacional, en la creación e impulso de las políticas de educación, salud, vivienda, trabajo y las demás que conlleven a mejorar el nivel de vida de todos los guatemaltecos individual y colectivamente.

(20.) Maldonado, Miriam, Op. Cit.(2.) Pág.10



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

La Universidad de San Carlos de Guatemala, debe proyectarse a los guatemaltecos con acciones constructivas y positivas y no esperar que los guatemaltecos lleguen a ella. De ahí, que uno de sus retos es la formación de universitarios que enfrenten los cambios mundiales y en particular, las constantes coyunturas económicas, políticas, sociales, y culturales de Guatemala y de América Latina.

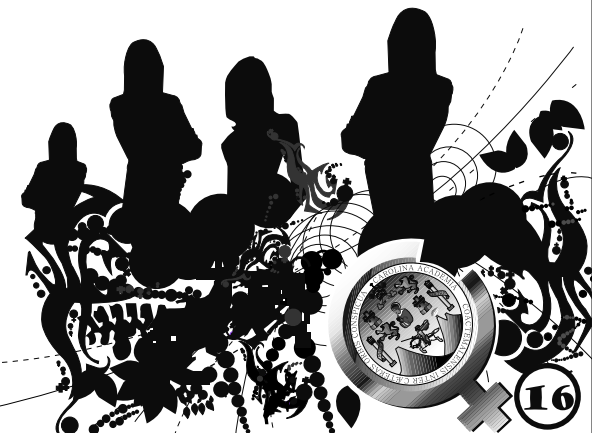
<sup>(21.)</sup> La Universidad debe ser el ámbito en donde se desarrolle el pensamiento, el sentido crítico, más amplio y la vocación de solidaridad humana, donde se conserven, generen, desarrollen, replanteen y se introduzcan a la práctica social, conocimientos, tecnologías y culturas que contribuyan a generar satisfactores a las necesidades de progreso de toda la sociedad.

Debe, además cumplir una función social, promoviendo el respeto a los derechos de las personas y de los grupos sociales, proyectar el bienestar colectivo y el rescate de la dignidad humana y los valores de verdad, justicia, libertad y equidad.

También es un fin de la Universidad la construcción y proyección de los modelos sociales, que respondan a los retos del futuro, para coadyuvar a la instauración de una paz real y activa, la conservación del entorno ecológico y las formas de convivencia social, dentro de una democracia real, funcional y participativa, con el pleno respeto a todos los derechos humanos y a las ideas.

---

(21.) Maldonado, Miriam Loc. Cit.(20.)



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

### <sup>(22.)</sup> Marco Académico de la Universidad

El Consejo Superior Universitario, en el Punto Segundo, del Acta 20-98, de sesión celebrada el 5 de agosto de 1998, aprobó el siguiente Marco Académico:

El Marco Académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, establece los principios en que se fundamentan las políticas de docencia, investigación y extensión de acuerdo a la filosofía, fines y objetivos de la Universidad.

Propicia la excelencia académica en una sociedad multiétnica, pluricultural y multilingüe, dentro de un marco de libertad, pluralismo ideológico, valores humanos y principios cívicos, que le permiten a la Universidad desempeñar sus roles en la sociedad, en forma eficaz y eficiente, tomando en consideración el contexto nacional e internacional. Eleva el nivel científico, tecnológico, humanístico, y ético de profesores y estudiantes como sujetos generadores del desarrollo eficiente e integrador de la docencia, la investigación y la extensión.

La docencia crea, cultiva, transmite y difunde el conocimiento científico, tecnológico, histórico, social, humanístico y antropológico en todas las ramas del saber.

La Universidad evalúa periódicamente los currícula para que se vincule la docencia con la realidad y se desarrolle la sensibilidad social tomando en cuenta los valores de

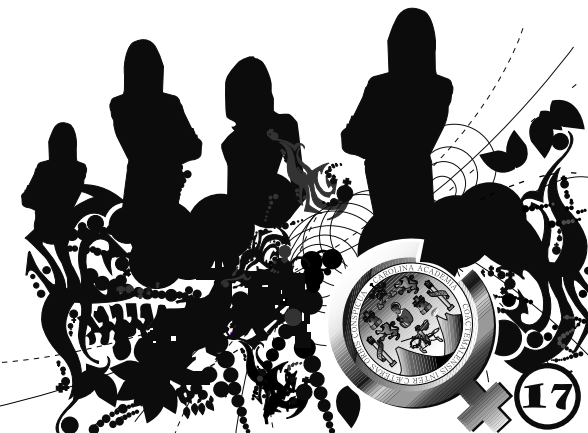
verdad, libertad, justicia, equidad, respeto, tolerancia y solidaridad, estableciendo carreras prioritarias de acuerdo a las necesidades del desarrollo del país, dentro del contexto directo con la realidad.

Teoriza, profundiza e integra el conocimiento, la ciencia, la técnica para el desarrollo individual y colectivo.

La investigación como metodología necesaria para la docencia y la extensión, parte del contexto directo con la realidad. Teoriza, profundiza, e integra el conocimiento, la ciencia y la técnica para el desarrollo individual y colectivo.

Creación del conocimiento científico, tecnológico y humanístico hacia la solución de los problemas de la sociedad guatemalteca, a través de los programas de docencia productiva. Fortalece el arte y el deporte; conserva, desarrolla y difunde la cultura en todas sus manifestaciones, procurando desarrollo material y espiritual de los guatemaltecos. Vincula el conocimiento popular a los procesos de investigación y docencia.

(22.) Maldonado, Miriam, Op. Cit. (2.), Pág.11



# FUNDAMENTOS LEGALES

## PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

Universidad, los institutos, departamento ya existentes y las facultades y centros que la Universidad reconozca, incorpore o establezca en lo sucesivo; este último aspecto fundamenta la creación del Instituto Universitario de la Mujer por acuerdo de Rectoría y por Acuerdo del Consejo Superior Univesirtario Acta no. 16-2006 Punto Séptimo, Inciso 7.2.

### Plan Estratégico de la Universidad de San Carlos de Guatemala 2022

Aprobado por el Consejo Superior Universitario en el año 2003, se sustenta en tres enfoques:

Multi e interculturalidad  
Género  
Ambiente

<sup>(23.)</sup> **Ley Orgánica de la Universidad de San Carlos de Guatemala 1947**

**En su artículo 2o.**

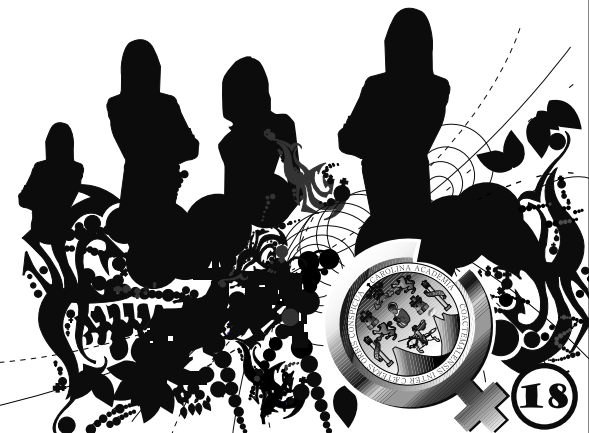
Indica que su fin fundamental, es elevar el nivel espiritual de los habitantes de la República, conservando, promoviendo y difundiendo el saber científico.

**En el artículo 4o.**

Establece, que cuando lo estime conveniente, o sea requerida para ello, colaborará en el estudio de los problemas nacionales, sin perder por eso su carácter de centro autónomo de investigación y cultura. En su artículo 6o. establece que integran la Universidad, las facultades siguientes: de Ciencias Económicas...y de Odontología. Así mismo integran la

---

(23.) Galicia, Patricia, Maldonado, Miriam, Op. Cit.(13.) Pág.8-9



## SERVICIOS QUE BRINDA PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II

- <sup>(25.)</sup>
- Asesoría y desarrollo en estudios de las mujeres y las relaciones de género.
  - Formación, asesoría y acreditación de estudios de las mujeres.
  - Comunicar, desarrollar culturalmente y promover socialmente a las mujeres universitarias.
  - Formación y capacitación
  - Investigación en docencia
  - Asesoría en investigación
  - Promoción e información sobre género y mujer.

(25.) Ibid. (24.)

- <sup>(24.)</sup>
- Equidad
  - Honorabilidad
  - Igualdad
  - Justicia
  - Participación
  - Responsabilidad
  - Solidaridad

(24.) Información proporcionada por el Instituto Universitario de la Mujer.  
De la USAC, 2007

**VALORES**  
PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II



# **GRUPO OBJETIVO**

## **CAPÍTULO II**

- Personal académico
- Personal administrativo y de servicio
- Población estudiantil del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**PERSONAS A LAS QUE ATIENDE**  
**PERFIL DEL CLIENTE CAPÍTULO II**



# GRUPO OBJETIVO

## PRIMARIO CAPÍTULO II

### Grupo objetivo primario

- Docentes y profesionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que aporten directamente en la educación superior de la población guatemalteca con las siguientes características:

#### Geográficos

Residentes:

- De la diferentes zonas de la ciudad capital
- De los municipios del departamento de Guatemala
- De los departamentos de la región central.

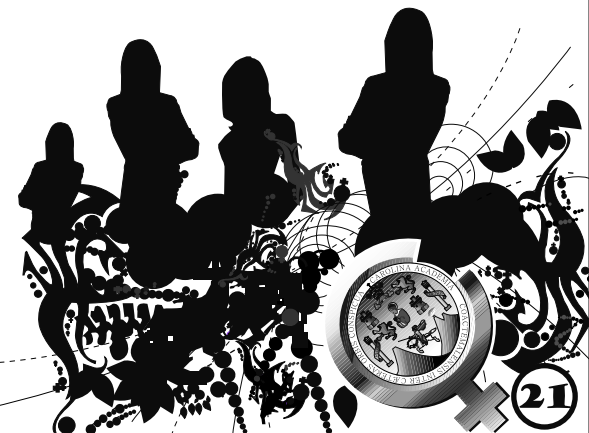
#### Demográficos

- Entre 25 y 65 años de edad, sin importar su estado civil.
- Escolaridad a nivel superior (Licenciatura, maestría, doctorado)
- Nivel socioeconómico: Medio/medio-alto con un ingreso mensual mayor a los Q4,000.00
- De cualquier denominación religiosa

#### Psicográficas

- Profesionales aptos para realizar actividades de gestión de recursos, para el desarrollo de proyectos o estudios a su cargo.
- Profesionales con actitud hacia el aprendizaje y hacia la construcción de una sociedad con equidad.
- Profesionales que tengan la capacidad de formar parte de un equipo multidisciplinario, con deseos de crear un efecto multiplicador para la erradicación de cualquier tipo de discriminación.
- Personas que visitan centros comerciales, que regularmente realizan sus compras en supermercados.
- Que tienen interés por la cultura, los derechos humanos y la sociedad.
- Que regularmente pertenecen a algún club vacacional o tienen membresías para la recreación de ellos (as) y su familia.

**GRUPO OBJETIVO**  
**PRIMARIO CAPÍTULO II**





# GRUPO OBJETIVO

## PRIMARIO CAPÍTULO II

### Grupo objetivo secundario:

- Las diferentes dependencias y organizaciones, que trabajan en conjunto con la Universidad de San Carlos de Guatemala y que fortalecen la educación superior.
- Las/los estudiantes universitarios(as) de la USAC.
- El personal administrativo de la USAC.

### Geográficas:

Residentes:

- De las diferentes zonas de la ciudad capital
- De los municipios del departamento de Guatemala
- De los departamentos de la región central.

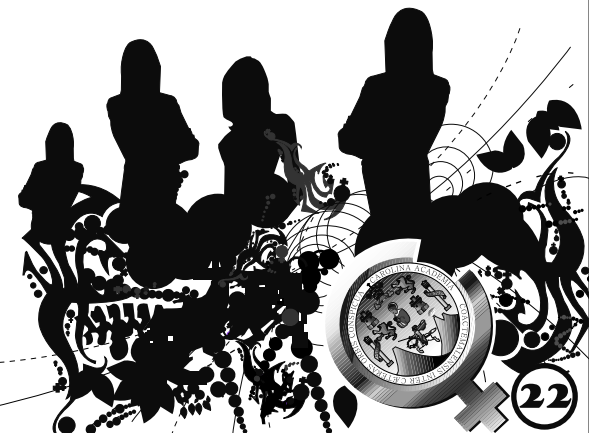
### Demográficas:

- Mujeres y hombres con título de nivel diversificado, con estudios universitarios.
- Nivel socioeconómico medio/bajo
- De cualquier denominación religiosa
- De 18 años en adelante

**GRUPO OBJETIVO**  
PRIMARIO CAPÍTULO II

### Psicográficas:

- Personas con actitud de cambio, interesadas en los valores y los derechos humanos.
- Poseen interés por generar cambios sociales positivos.
- Cuentan con una cultura amplia, para poder ser parte de efectos multiplicadores positivos para su sociedad.
- Personas enfocadas a suplir las necesidades básicas de su familia, (educación, vivienda salud, y otras)
- Personas con alto grado de interés en la economía del hogar, regularmente compran donde estén las ofertas.



# CONCEPTOS DE INVESTIGACIÓN

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

## CAPÍTULO III

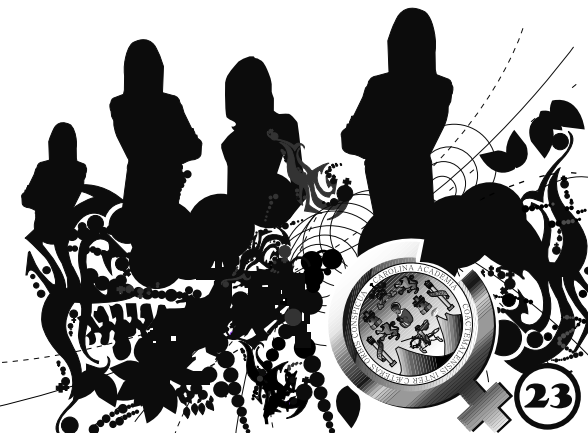
<sup>(26.)</sup> **Género:**

“El término **género**, se comprende como una categoría sociológica, que permite definir el conjunto de rasgos asignados a mujeres y hombres en una sociedad, que son adquiridos en el proceso de socialización.

El análisis de la relaciones de género implica un proceso teórico práctico, que permite analizar de manera diferenciada los roles entre mujeres y hombres; así como las responsabilidades, el acceso, uso y control sobre los recursos, los problemas o las necesidades, propiedades y oportunidades, con el propósito de planificar el desarrollo eficiente y equitativo.

Esta categoría sociológica, permite conocer el modo de ser mujer o de ser hombre en una cultura determinada. Las responsabilidades, pautas de comportamiento, valores, intereses, temores, actividades y expectativas que la cultura asigna en forma diferenciada a mujeres y hombres.”

(26.) Maldonado, Miriam, Op. Cit.(1.) Pág.3



# CONCEPTOS DE INVESTIGACION

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

## CAPÍTULO III

manera que las personas (hombres y mujeres de todas edades, condiciones y posiciones), puedan disfrutar de dichas oportunidades y beneficiarse con ellas.

La equidad de género, implica el avance de las mujeres en la participación, mediante acciones positivas que contribuyan a reducir las desigualdades entre los géneros.”

<sup>(27.)</sup> **Equidad:**

“Remite a la diversidad y reconoce enormes desigualdades actuales, en la posibilidad de acceder a oportunidades para mejorar la vida. Parte de identificar las diferentes formas de participar de las personas, según sus particularidades, en los procesos. Plantea un conjunto de mecanismos, procesos, acciones y prácticas con tendencia a construir igualdad, para mejorar las posiciones entre desiguales y nivelar lo superior e inferior.”

<sup>(28.)</sup> **Equidad de género significa:**

“ Justicia, dar a cada quien lo que le pertenece, reconociendo las condiciones o características específicas de cada persona o grupo humano (sexo, género, clase, religión, edad).

Reconocer la diversidad, sin que ésta signifique razón para la discriminación.

La equidad de género, pretende el acceso de las personas a la igualdad de oportunidades y al desarrollo de sus capacidades, mediante la eliminación de las barreras que obstaculizan las oportunidades económicas y políticas, así como el acceso a la educación y los servicios básicos, de tal

<sup>(29.)</sup> **Androcentrismo:**

“Enfoque que centraliza la experiencia humana, únicamente desde la perspectiva masculina. La visión y experiencia masculina, adquieren tal hegemonía que se le identifica como la experiencia de toda la humanidad, relegando de este modo, lo femenino a una aposición marginal, insignificante o inexistente.”

(27.) Galicia, Patricia, Maldonado, Miriam, Op. Cit.(13.),Pag.53

(28.) Oficina de equidad de Género, Op. Cit.(4.)

(29.) Ibid. (27).

# CONCEPTOS DE INVESTIGACION



# CONCEPTOS DE INVESTIGACION

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

### <sup>(30.)</sup> Enfoque de Género:

“Es la visión que tiene los hombres y la visión que tienen las mujeres ante un mismo hecho, lo que determina una interpretación diferente entre unos y otras.”

### <sup>(31.)</sup> Perspectiva de Género:

“La perspectiva de género significa mucho más que identificar el impacto que los cambios en las políticas o los programas tienen en las mujeres. También involucra el reconocimiento de que, un complejo de relaciones de poder define la división de género del trabajo y las normas, valores e ideologías acerca de la masculinidad y la femineidad que se asocian a dicha división. Dichas relaciones genéricas de poder tienden a otorgar a las mujeres menos voz política así como menor valor sociocultural y acceso a los recursos económicos y control sobre éstos. Estas relaciones genéricas de poder ... varían dependiendo del contexto histórico y regional, además de estar atravesadas por otras relaciones sociales de clase, casta, etnicidad o raza dentro de una sociedad dada”.

### <sup>(32.)</sup> Participación:

“El logro de la igualdad de género, requerirá de más que asegurar que las mujeres participen en el proceso de desarrollo. Una efectiva participación implica que las mujeres y los hombres, tengan el potencial para articular sus necesidades e intereses.”

### <sup>(33.)</sup> Empoderamiento:

“El empoderamiento no tiene que ver con revertir las actuales jerarquías de poder, sino con empoderar / potenciar / habilitar a las mujeres y/o a los grupos de mujeres para que puedan tomar sus propias decisiones.”

### <sup>(34.)</sup> Estereotipo:

“Construcciones mentales que reproducen una concepción esquemática y simplificadora del mundo social, son elementos determinantes de nuestros pensamientos, sentimientos y acciones. Estos varían en función de las épocas, y las culturas, aunque hay aspectos que se mantienen constantes, como son los que conllevan a la discriminación de la mujer.

Los estereotipos son ideas, actitudes y valores preconcebidos que se tienen respecto a una persona o grupo de personas, en función de la edad, el sexo, la etnia u otras características. Suelen ser irracionales, erróneos, rígidos y presentan una gran resistencia al cambio. Además suponen una generalización excesiva de una característica o aspectos de grupo o la persona a que se refieren.”

(30.) La Coordinación General de la Comisión Nacional de la Mujer, México  
[http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100122.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100122.pdf) Pag.28

(31.) Asociación para los derechos de la mujer y el desarrollo  
<http://www.awid.org/ywl/glossary/index.php?term=Perspectiva%20de%20g%E9nero>

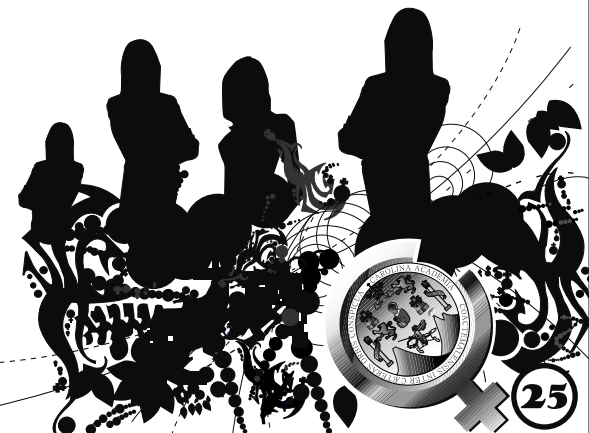
(32.) Ibid. (31)

(33.) Ibid. (31)

(34.) Mujer Trabajadora. Proyecto ARTEMISA  
<http://www.ugt.es/Mujer/artemisa/artemisaconceptos.html>

# CONCEPTOS DE INVESTIGACION

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III



# CONCEPTOS DE INVESTIGACION

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

### <sup>(35.)</sup> **Feminismo:**

“Es una corriente ilustrada de pensamiento, con más de tres siglos de existencia, sustentada en una teoría política, orientada a desmontar la concepción androcéntrica del mundo. Es impulsado por un movimiento social, con una propuesta política reivindicativa, orientada a erradicar la opresión de las mujeres y a conquistar los derechos humanos de las mujeres.”

### <sup>(36.)</sup> **Sexo:**

“Sexo se refiere a las características biológicas, que definen a un ser humano como hombre o mujer. Los conjuntos de características biológicas no son mutuamente excluyentes, ya que existen individuos que poseen ambos, pero estas características tienden a diferenciar a los humanos como hombres y mujeres. (OMS)”

### <sup>(37.)</sup> **Educación superior**

“El concepto **educación**, denota los métodos por lo que una sociedad mantiene sus conocimientos, cultura y valores; afecta a los aspectos físicos, mentales, emocionales, morales y sociales de la persona.

La misión actual de la educación superior en Guatemala, debe ser concebida como factor de desarrollo integral, de creación y fortalecimiento de las condiciones sociales, para contribuir en la construcción de un desarrollo con equidad y justicia social.

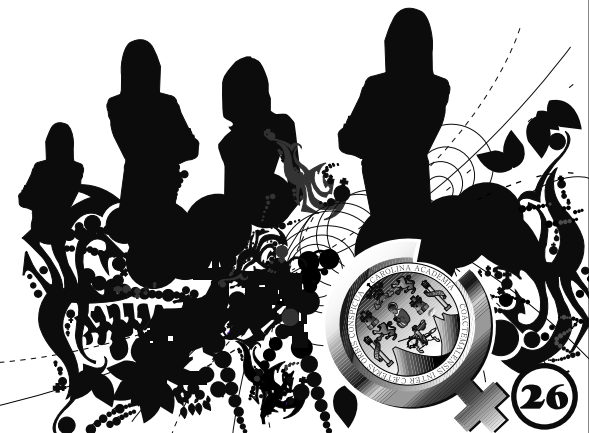
La formación humana integral, el entrenamiento de la fuerza laboral de alta capacitación, la producción y aplicación de nuevos conocimientos y tecnologías, la creación cultural y la difusión de los valores y conductas democráticas, convierten a la educación superior en un factor decisivo para la construcción de una ciudadanía.

Por lo que la Educación Superior, debe promover la búsqueda de la verdad y del desarrollo de la ciencia y la cultura mediante la docencia, la investigación y extensión; ésta debe estar abierta a todas la corrientes del pensamiento universal.”

(35.) Galicia, Patricia, Maldonado, Miriam, Op. Cit.(13.) Pág.53

(36.) United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women <http://www.uninstraw.org/es/index.php?option=content&task=view&id=37&Itemid=76>

(37.) Maldonado, Miriam, Op. Cit.(1), Pág. 4



# CONCEPTOS DE INVESTIGACION

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

- (38.) **Igualdad:**  
“Valor jurídico fundamental legitimador de los derechos humanos, cuya realización social efectiva supone la ausencia de discriminación hacia cualquier sujeto de derecho .”
- (39.) **Justicia:**  
“Valor jurídico fundamental legitimador de los derechos humanos, por virtud del cual a cada sujeto de derecho le es asignado lo que le corresponde.”
- (40.) **Solidaridad:**  
“Valor social fundamental, por el que las personas se reconocen como iguales y comprendidos por igual en una tarea común.”
- (41.) **Integridad:**  
“Obrar con rectitud y probidad inalterables. Calidad de integra.”
- (42.) **Discriminación:**  
“Trato desfavorable dado a una persona, basándose en su pertenencia a un grupo concreto, al margen de sus capacidades personales.”

**CONCEPTOS DE INVESTIGACION**  
CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

- (43.) **Acceso:**  
“Oportunidades que tienen las mujeres y los hombres de obtener y utilizar recursos, este término no significa control.”
- (44.) **Visión holística:**  
“Paradigma adecuado para entender, comprender y explicar una realidad compleja. Su base es la integridad de visiones, procesos y actores/as.”
- (45.) **Solidaridad humana:**  
“La solidaridad humana, entendida como relación activa de cooperación mutua que liga a los hombres y mujeres del mundo, es uno de los principales rectores de los derechos humanos, que se basa en el reconocimiento de la naturaleza social de los seres humanos; una naturaleza que es universal. El vínculo solidario, hace de contrapeso a la libertad individual y le pone límites: los que derivan del respeto a la libertad de los demás y a la búsqueda del bien de todos.”

(38.) Curso Sistemático de Derechos Humanos - I. GLOSARIO  
[http://www.iepala.es/curso\\_ddhh/ddhh1609.htm](http://www.iepala.es/curso_ddhh/ddhh1609.htm) Tipo documentos: HTML 78k - Español

(39.) Ibid.(38.)

(40.) Ibid.(38.)

(41.) Galicia, Patricia, Maldonado, Miriam, Op. Cit.(13.) ,Pág.6

(42.) Mujeres hoy el portal de la no violencia contra la mujer

[http://www.mujereshoy.com/otras\\_secciones/glosario.php](http://www.mujereshoy.com/otras_secciones/glosario.php)

Tipo documentos: HTML 33749 bytes Español

(43.) Diccionario sobre género y temas conexos

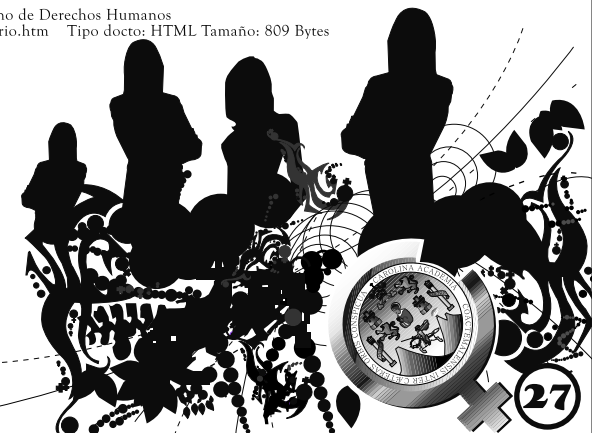
<http://www.gestiopolis.com/recursos7/Docs/eco/glosario-sobre-genero-estrategias-de-funciones-por-genero.htm>

Tipo documento: HTML Tamaño: 51822 Bytes.

(44.) Ibid.41

(45.) Instituto Interamericano de Derechos Humanos

<http://www.iidh.ed.cr/glosario.htm> Tipo docto: HTML Tamaño: 809 Bytes



# CONCEPTOS DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

### <sup>(46.)</sup> La línea:

“Se encuentra formada por una serie de puntos unidos entre sí, sucesivamente, asimilando la trayectoria de la misma, seguida por un punto en movimiento, por lo que tiene mucha energía y dinamismo. Su presencia crea tensión y afecta al resto de elementos juntos a ella.

El primer elemento del diseño es la línea. Las líneas se pueden utilizar de muchas maneras y según su disposición.”

### <sup>(47.)</sup> El signo:

“Es un objeto y acción que representa y sustituye a otro objeto, fenómeno o señal. Los signos, son el medio a través del cual se hace posible la transmisión de los pensamientos, significados e ideas. Se extrae de ellos lo que hace posible, una situación signífica, la comunicación entre dos o más personas.”

### <sup>(48.)</sup> La semiología:

“Fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.”

### <sup>(49.)</sup> La imagen:

“Es la representación óptica de un objeto. Si se forma sobre una superficie física, como una pantalla de enfoque, se habla de imagen real. Cuando se forma en un plano del espacio y no en una superficie física se llama imagen aérea. Y cuando no puede proyectarse en una pantalla se habla de imagen virtual.”

### <sup>(50.)</sup> El icono:

“La palabra **icono** proviene del griego *eikon*, que significa parecido o semejanza. Un icono es, por tanto, una representación pictórica.

En informática y en entornos gráficos, la palabra **icono** se usa para nombrar una pequeña imagen gráfica mostrada en la pantalla que representa un objeto.”

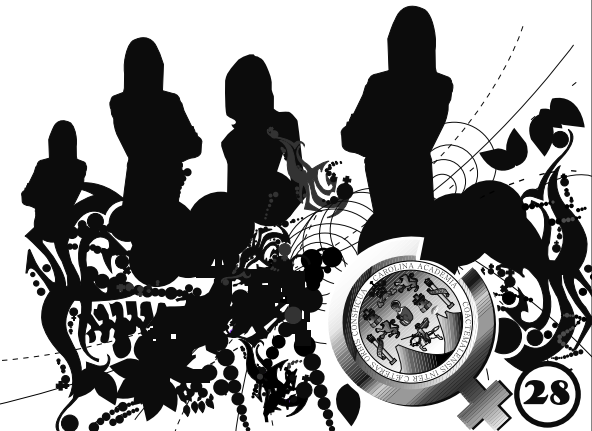
(46.) <http://www.fotonostra.com/grafico> Tipo docto: HTML Tamaño: 22086 Bytes

(47.) Ibid. (46)

(48.) Ibid. (46)

(49.) <http://www.fotonostra.com/glosario> Tipo docto: HTML Tamaño: 22086 Bytes

(50.) Ibid. (49)



# CONCEPTOS DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

<sup>(51.)</sup> **El color:**

“Según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa. El ojo humano interpreta colores diferentes dependiendo de las distancias longitudinales.”

<sup>(52.)</sup> **La composición:**

Se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada. En un diseño lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en él, luego debemos distribuirlos, para colocarlos con el espacio disponible.

<sup>(53.)</sup> **Diseñar:**

“Es un proceso profesional para elaborar, proyectar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos que colocados de cierta forma producen conceptos visuales destinados a comunicar mensajes específicos con el fin de ser transmitidos de forma clara, directa, y efectiva a grupos determinados.”

<sup>(54.)</sup> **Creatividad:**

“Capacidad y actitud para generar ideas nuevas de forma original y comunicarlas.

Es importante mencionar que la creatividad es un proceso cognoscitivo que parte de cosas ya existentes y las transforma de forma novedosa y original, pero aun cuando las cosas son transformadas deben de ser útiles y funcionales.”

<sup>(55.)</sup> **Sistemas de colores:**

“CMYK es un acrónimo del inglés Cyan, Magenta, Yellow and Black (cian, magenta, amarillo y negro), los cuatro colores del juego de tintas utilizado por muchas impresoras.

CMYK es un sistema de colores, en el cual se pueden representar una gran gama poniendo diferentes valores a estos cuatro. El negro (black) se nombra mediante K en lugar de B para que no haya confusión con Blue.

RGB, este sistema del color se define en términos de luz cromática: es decir, una mezcla de luz roja, verde y azul que, en combinación, da todos los colores-luz como los de la pantalla o los focos de un escenario. Combinando los tres valores obtenemos todos los colores posibles. Un valor de (0,0,0) supone negro, el máximo valor en cada uno da luz blanca.”

(51) Fotonostra, Loc. Cit. (46)

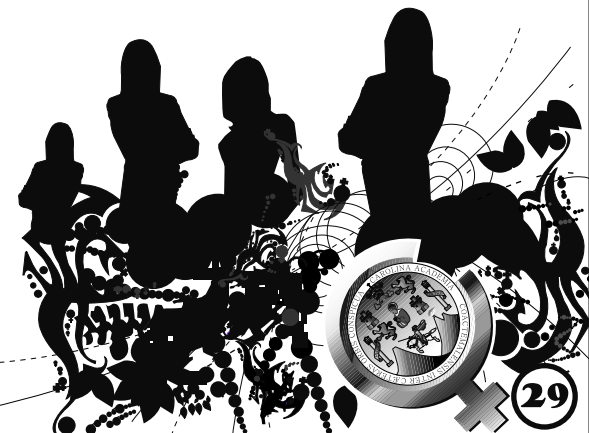
(52.) Ibid. (51)

(53.) <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php>

(54.) Torre, Saturnino de la (1991) <http://www.terra.es/personal/asstib/mes/creativ.htm> Tipo de Docto. HTML Tamaño:17752

<http://www.slideshare.net/yumarys/el-concepto-de-creatividad> Tipo de Docto.HTML Tamaño:5534 bytes

(55.) Fotonostra, Loc. Cit. (49.)





# CONCEPTOS DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

<sup>(59.)</sup> **La marca:**

Es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto dotado con un aspecto que atrae a los consumidores, haciendo que estos sean elegidos, por encima del resto.

**Identidad corporativa:**

Incluye todos los soportes gráficos que cualquier empresa puede requerir.

Para crear una identidad corporativa se debe planificar y estudiar la visión estratégica.

Transmitir estímulos sensoriales y unas comunicaciones que evoquen a esa visión de identidad

Lo más importante, es llegar a crear una estética de empresa, que exprese y transmita el carácter de ésta, a través de los elementos más atractivos y característicos, que la identifiquen, con lo que definiríamos finalmente como su marca.

<sup>(56.)</sup> **Campo de trabajo:**

Es nuestro espacio a trabajar y puede ser:

• **Bidimensional:**

Logotipos, símbolos, volantes, avisos publicitarios, afiches, pancartas, vallas, Cd's, páginas web, señalizaciones internas y externas, medios audiovisuales, fotografía, ilustración.

• **Tridimensional:**

Empaques, habladores, stand, display y otros contenedores.

• **Diseño editorial:**

“Dípticos, trípticos y despleables, folletos, catálogos, revistas, libros, cuentos, poemarios y prensa.”

<sup>(57.)</sup> **Tipografía:**

Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

<sup>(58.)</sup> **Percepción visual:**

Es la manera en que las personas vemos y percibimos lo que vemos. Aspectos tan importantes, como nuestro campo visual, el recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.

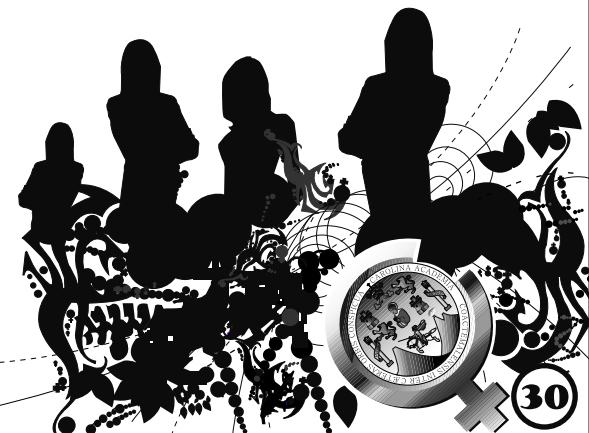
(56.) Instituto de diseño de Valencia

<http://www.designvalencia.com/inicio/definiciongrafico.htm> Tipo de docto. HTML Tamaño 187979 bytes

(57.) Fotonostra, Op. Cit.(46.)

(58.) Ibid. (57)

(59.) <http://digitalfotored.com/grafico/marcas.htm> Tipo de docto. HTML Tamaño:16477 bytes



# CONCEPTOS DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

<sup>(63.)</sup> **Anagrama:**

“ Hablamos de anagrama, cuando sólo incluye texto para la representación de la propia empresa.”

<sup>(64.)</sup> **El cartel publicitario:**

“Por el tamaño se entiende que es un poster o cartel, aquel diseño impreso que sobrepase el tamaño DIN A3.

Un cartel o un poster están hechos para captar la atención a las personas mientras, éstas, se encuentran en movimiento y para que sean visibles desde grandes distancias.”

**Concepto de Diseño Gráfico:**

Se define como un sistema de comunicación visual, un proceso o labor a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. El diseño es una operación utilitaria, destinada a un fin. No es una operación 'para si misma'. Por su naturaleza misma, el proceso de diseñar, de 'crear' un diseño necesita procedimientos propios de la creación artística, ya que también debe expresar cosas por medio de lenguajes no reglamentados.

<sup>(60.)</sup> **Lenguaje visual:**

Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.

<sup>(61.)</sup> **Logotipo:**

Definiremos, que se trata de un logotipo, cuando éste se encuentre compuesto por imágenes, letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc., fundidas en un mismo elemento visual compuesto para facilitar su comprensión.

El fin principal del logotipo es diferenciar a una entidad comercial, social o a una persona dentro de un grupo afin. Mediante este elemento, las entidades pueden ser reconocidas a la vista, por medio de una representación gráfica que muestra el concepto de su propia identidad.

<sup>(62.)</sup> **Imagotipo:**

Se habla de un imagotipo, cuando sólo se representa a través de una imagen, símbolo de la propia empresa.

(60.) Fotonostra, Op. Cit.(46.)

(61.) <http://www.supercable.es/vacante/logotipos%201.htm>

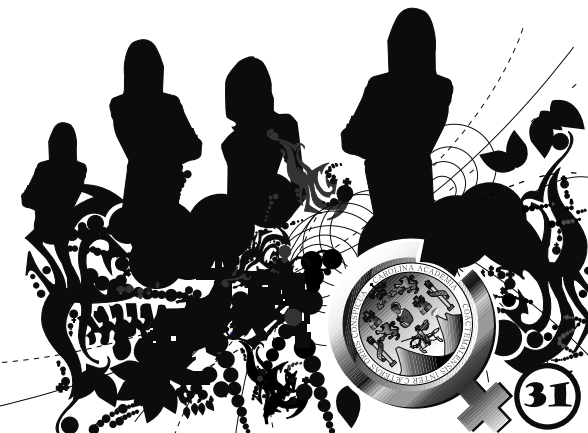
<http://www.definicion.org/logotipo>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>

(62.) Ibid.60

(63) Ibid.60

(64) Ibid.60



### <sup>(65.)</sup> Medios Audiovisuales:

Es el proceso de producción cinematográfica, que incluye la dirección del trabajo, el guión, fotografía, montaje y sonido, es decir, pre-producción, producción y pos-producción. Conocimiento de la realización de un documental, trabajo de ficción, comercial o video, sea para cine o televisión.

### <sup>(66.)</sup> Digital:

Se conoce con el nombre de **digital**, la tecnología basada en la representación numérica de la información, en oposición a la analógica. Las señales digitales están formadas por muestras discretas de la señal analógica original.

La representación digital de la información, supone grandes ventajas sobre la analógica, entre las que se encuentran: tratamiento homogéneo de todo tipo de señales (de sonido, video, texto, etc.), mayor exactitud, posibilidad de procesamiento por microprocesador, sistemas de detección y corrección de errores.

### Multimedia:

Es una tecnología digital de comunicación, construida por la suma de Hardware y software, que integra medios múltiples por medio del ordenador: sonido, texto, voz, video y gráficas; propicia la interacción con la máquina

y los programas de cómputo a partir de aplicaciones concretas que requieren de tal integración. Y es un excelente medio de difusión si es bien aprovechado.

### <sup>(67.)</sup> Animación:

Una animación es una serie de imágenes consecutivas, dibujadas o fotográficas, que, bajo ciertas condiciones, reproducen la sensación de movimiento.

### Flash MX:

Flash es el software de creación más avanzado, para crear animación interactiva escalable para el Web. Tanto si crea logotipos animados, controles de navegación de sitios Web, animaciones de gran formato o sitios Web completos de Flash.

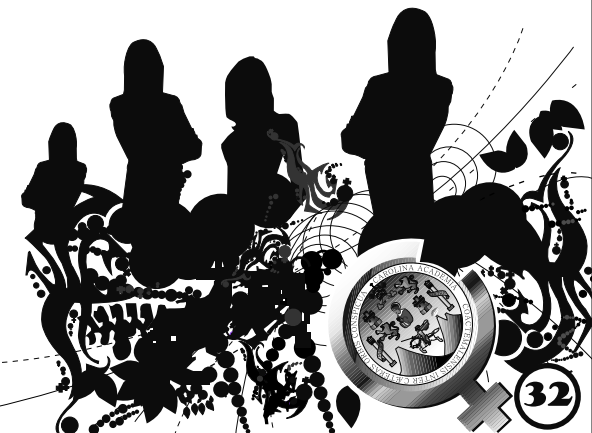
Es un software de Macromedia, para crear pequeñas animaciones vectoriales reproducidas en la Web. El navegador de un usuario necesita el plug-in Flash Player para interpretar las animaciones Flash.

(65.) Fotonostra, Op. Cit.(46.)

Instituto de diseño de Valencia, Op. Cit.(56.)

(66.) Ibid. (65)

(67.) Fotonostra, Op. Cit.(49.)



# CONCEPTOS DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES CAPÍTULO III

### <sup>(70.)</sup> CD-ROM interactivo:

“Contiene imágenes e iconos, que facilitan la navegación por su contenido, etc. Los programas interactivos, en general, despliegan indicadores de pantalla que le piden al usuario que introduzca información, para que pueda decidir cómo se lleva a cabo una tarea en particular.

Son la herramienta de marketing más poderosa, innovadora e impactante para llegar todo tipo de públicos.

Una combinación de imágenes, sonidos, animaciones, efectos, que cautivarán la atención de cualquier usuario, son muchos más económicos de producir, fáciles de usar y sencillos de actualizar”

<sup>(68.)</sup> Fotonostro, Op. Cit.(49.)

<sup>(69.)</sup> <http://www.lorenzoservidor.com.ar/info01/diccio-h-l.htm>  
<http://www.sinpapel.com/art0001.shtml>

<sup>(70.)</sup> Ibid.(69)

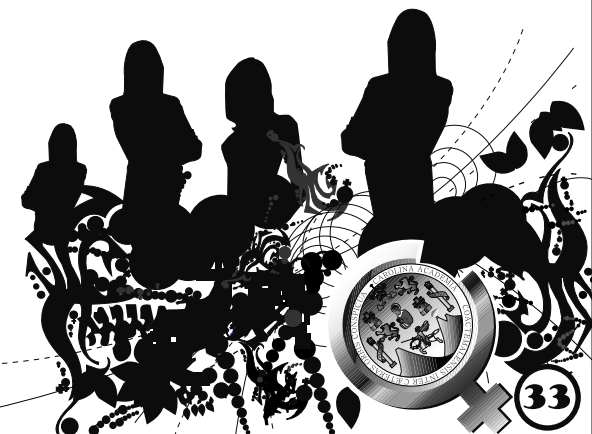
### <sup>(68.)</sup> CD:

“ (Compact disk) Un disco compacto está formado por una base de plástico recubierta de un material que refleja la luz, habitualmente aluminio. La grabación de los datos, se realiza creando agujeros microscópicos que dispersan la luz (pits) alternándolos con zonas que la reflejan (lands). Para leer la información que contienen, se utilizan unidades específicas dotadas de un rayo láser y un fotodiodo.”

### <sup>(69.)</sup> Interactivo:

Es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal, hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico. Es una especie de diálogo bi-direccional, entre un emisor y un receptor.

Término muy utilizado en los últimos años en computación y demás actividades relacionadas con los sistemas multimedia, para denominar las capacidades que posee una computadora, sistema televisivo o programa para interactuar con el usuario.



# CONCEPTO DE DISEÑO

## CAPÍTULO IV

<sup>(71.)</sup> Se tomó como base el elaborado por El Instituto Universitario de la Mujer, USAC:

“ Por una educación superior con equidad de género”

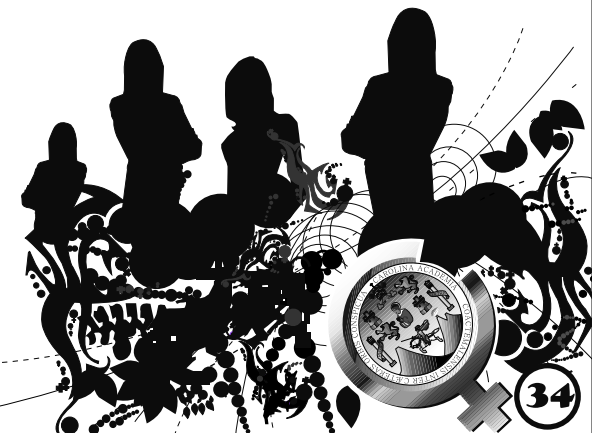
Este concepto creativo se adecuó a nuestra investigación, sugiere hacia donde se persigue llegar, promueve y reafirma los objetivos de esta investigación, confirma la razón principal por la cual se realiza esta propuesta, “lograr una equidad de género en la educación superior”.

Genera proceso de capacitación e información al área docente y de investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y crea de esta manera, un efecto multiplicador al estudiantado.

(71.) El Instituto Universitario de la Mujer, ya contaba con este concepto y se adecuó a nuestra investigación.

CONCEPTO DE DISEÑO, MÉTODO Y BOCETAJE

# CAPÍTULO IV



# PROCESO DE BOCETAJE

## CAPÍTULO IV

Este proceso se desarrolló por medio de un conjunto de elementos, que relacionados entre sí, ordenadamente, contribuyen al alcance de los objetivos.

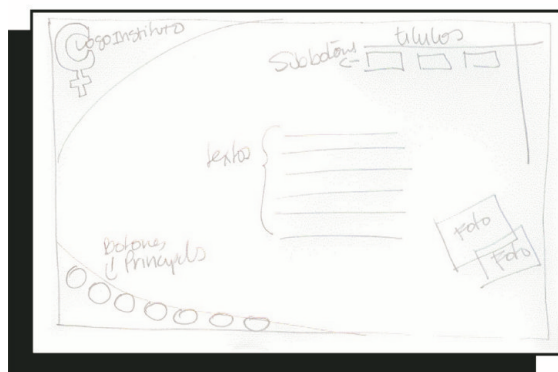
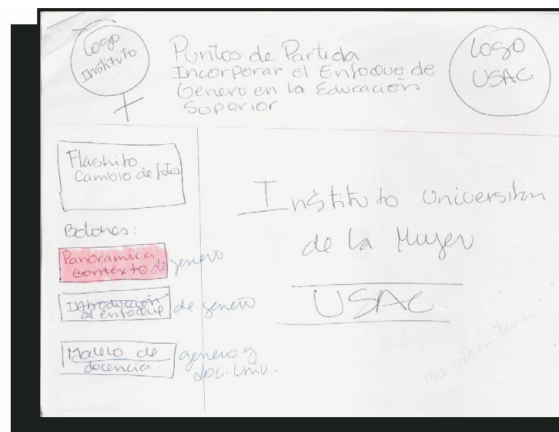
Integra algunos conceptos originados en el IUMUSAC, que han sido replanteados en el presente diseño.

El formato para los Cd's interactivos será de 850X625 Píxeles, los colores serán análogos, tomando como base un color secundario, violeta (mezcla de azul con rojo) será utilizado la tonalidad más oscura de su logotipo que en RGB será 125,56,139.

Se utilizó el violeta, porque es el color icónico mundial para los temas de activistas en temas relacionados con el movimiento de mujeres.

La psicología del color violeta es la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia. Tiene que ver con lo emocional y lo espiritual. Es místico, melancólico, es realeza, dignidad, suntuosidad.

La imagen más importante que aparece en todas las diapositivas es el logotipo del IUMUSAC, el cual se encuentra en la esquina superior izquierda, lo colocamos en esta posición estratégica, porque el ojo lee de arriba hacia abajo, de izquierda a derecha, así que este el primer elemento que lee el ojo en cada diapositiva.



# PROCESO DE BOCETAJE

## CAPÍTULO IV



# PROCESO DE BOCETAJE

## CAPÍTULO IV

Se necesita reforzar la imagen del IUMUSAC, para que el grupo objetivo le reconozca como el ente rector en el tema.

El campo de trabajo fue diseñado en 3 partes, diferenciadas por color; una pestaña superior con el logotipo institucional.

El área central, para despliegue de la información y área principal de trabajo. Una pestaña posterior, que será utilizada para los botones principales.

Se utilizaron imágenes en cada diapositiva que apoyaran el texto, para reforzar la información presentada.

Los tipos de letras que utilizamos fueron:

- Goudy old style tipografía oficial del IUMUSAC
- Arial Narrow
- Free Form

En sus diferentes presentaciones bold o Italic.

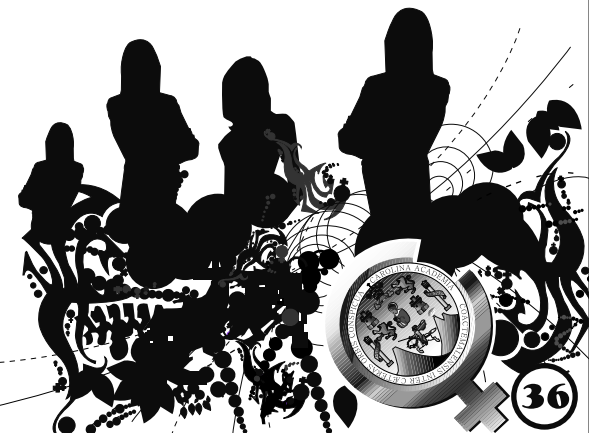
Las distintas animaciones que se muestran en las diapositivas se presentan en forma conceptual, para consolidar los conceptos que se presentan en cada diapositiva.

Cada una de estas piezas gráficas, provee información por medio de la interactividad de botones y links, que facilitan al usuario la navegación de forma lógica, ordenada y agradable.



# PROCESO DE BOCETAJE

## CAPÍTULO IV



CONCEPTO DE DISEÑO, MÉTODO Y BOCETAJE

# CAPÍTULO V

## INSTRUMENTO DE MEDICION

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V

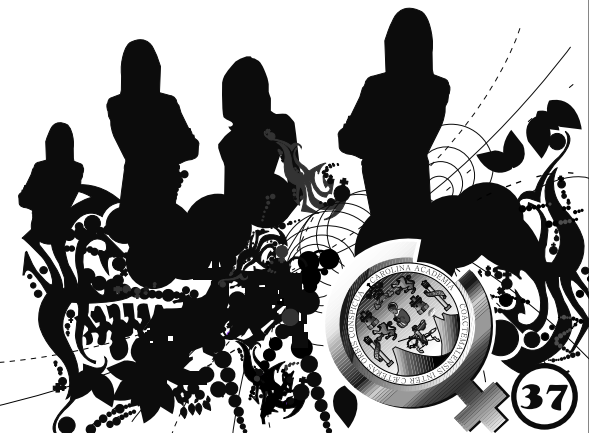
Este proyecto surge de la necesidad de crear los espacios para erradicar la inequidad de género en la educación superior, este problema se ha derivado de un problema histórico, androcéntrico y cultural, esto se concluye luego de la obtención de datos de investigación.

Debido a que la investigación, parte un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular, concluiremos que nuestro método de investigación es la deducción.

<sup>(72.)</sup> El método deductivo da ciertas hipótesis y se aplican reglas de procedimiento científico, en este caso la investigación.

Seguido del análisis e inspección del problema y aportes de la presente investigación para contribuir con la solución del mismo, corresponde acopiar datos concernientes a las variables involucradas en el presente proyecto.

(72.) [http://pdf.rincondelvago.com/logica\\_metodo-deductivo.html](http://pdf.rincondelvago.com/logica_metodo-deductivo.html)





# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V

Para ello es necesario, un instrumento de medición, para el efecto se utiliza la encuesta, este es un método para obtener información de una muestra de individuos, esta muestra es usualmente sólo una fracción del grupo objetivo.

La encuesta, es la técnica más utilizada que permite obtener información, de casi cualquier tipo de población.

Sus ventajas son:

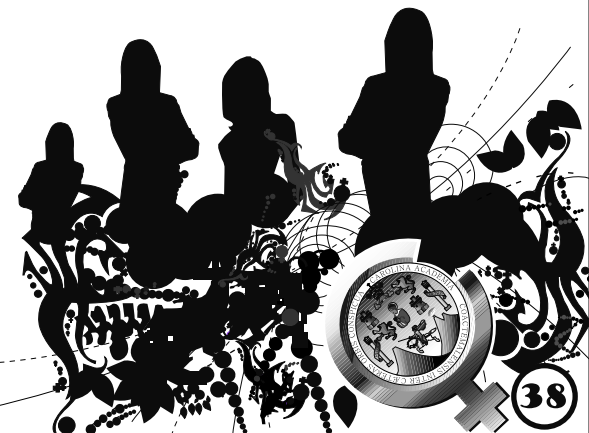
- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

La encuesta será personalizada; en estas se obtienen mejores resultados.

El tipo de pregunta será cerrada, se establecerán alternativas específicas de respuesta.

## INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Validación de piezas EPS Multimedia



## PROFESIONALES

Marque con una X la respuesta que considere más cercana a su opinión.

Edad: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

1.- ¿Ha utilizado un CD interactivo como una herramienta didáctico-informativo de apoyo?

Esporádicamente  Constantemente  Nunca

2.- ¿Cree que el CD cumplió con el objetivo de ser una herramienta para educar e informar?

Si  Podría mejorar  No

3.- ¿Considera el CD institucional funcional?

Si  Podría mejorar  No

4.- ¿El CD le dio una perspectiva de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?

Si  No

# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V

5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?

Si  Podría mejorar  No

6.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?

Si  Podría mejorar  No

7.- ¿Estaría usted en la disposición de formar parte del efecto multiplicador para la erradicación de cualquier tipo de discriminación?

Si  No

8.- ¿Cómo considera la estética visual del CD institucional?

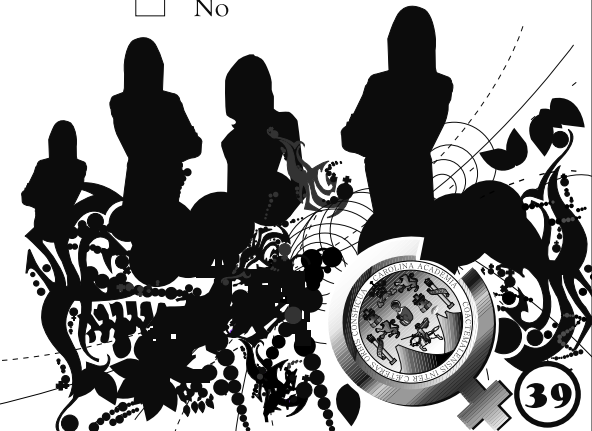
Adecuada  Podría mejorar  Deficiente

9.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

Si  No

10.- ¿El CD institucional le informó de forma clara, qué es y qué hace, el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

Si  No



# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V

# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V

11.- De acuerdo a su experiencia navegar dentro del CD fue:

De fácil utilización       Confuso

12.- ¿A su criterio el CD ilustra la necesidad de crear espacios para la equidad de género en la educación superior?

Si       No

13.- ¿Le pareció que la información estaba colocada de forma ordenada y clara para la fácil comprensión de las piezas gráficas presentadas?

Si       No

14.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?

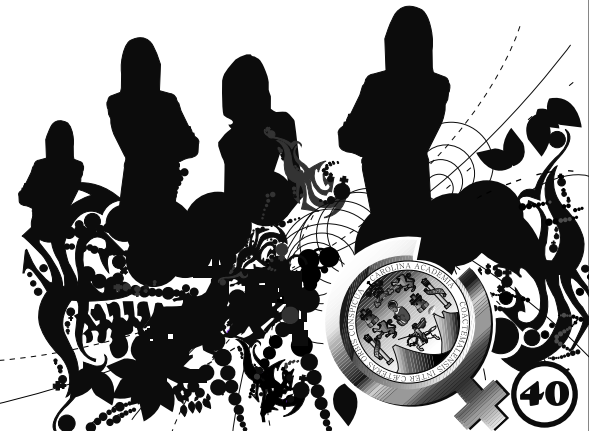
Si       Necesita mejorar       No

15.- ¿Considera el banner llamativo?

Si       Necesita mejorar       No

# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA Y GRÁFICA FINAL  
CAPÍTULO V





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Validación de piezas EPS Multimedia



## ESTUDIANTES

Marque con una X la respuesta que considere más cercana a su opinión.

Edad: \_\_\_\_\_ Facultad: \_\_\_\_\_

1.- ¿El CD le dio una perspectiva clara de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?

Si  No

2.- ¿Considera el CD institucional funcional?

Si  Podría mejorar  No

3.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?

Si  Podría mejorar  No

4.- ¿Cómo considera la estética visual del CD institucional?

Adecuada  Podría mejorar  Deficiente

5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?

Si  Podría mejorar  No

**ENCUESTA**  
COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

## ENCUESTA

### COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

6.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

Si  No

7.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?

Si  Necesita mejorar  No

8.- ¿El CD institucional le informo de forma clara, qué es y qué hace, el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

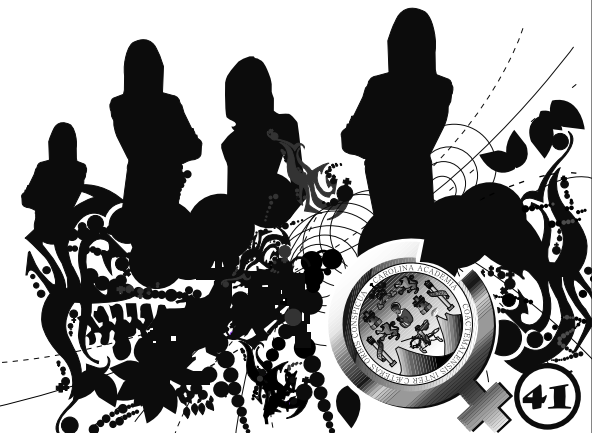
Si  No

9.- ¿Estaría usted en la disposición de formar parte del efecto multiplicador para la erradicación de cualquier tipo de discriminación?

Si  No

10.- ¿Considera el banner llamativo?

Si  Necesita mejorar  No





Universidad de San Carlos de Guatemala  
 Facultad de Arquitectura  
 Escuela de Diseño Gráfico  
 Validación de piezas EPS Multimedia



## DISEÑADORES/AS GRÁFICOS

Marque con una X la respuesta que considere más cercana a su opinión.

Edad: \_\_\_\_\_

1.- ¿El CD le dio una perspectiva clara de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?

Si  No

2.- ¿Considera el CD institucional funcional?

Si  Podría mejorar  No

3.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?

Si  Podría mejorar  No

4.- ¿Cómo considera la estética visual del CD institucional?

Adecuada  Podría mejorar  Deficiente

5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?

Si  Podría mejorar  No

**ENCUESTA**  
 COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
 PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

# ENCUESTA

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
 PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

6.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

Si  No

7.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?

Si  Necesita mejorar  No

8.- ¿El CD institucional le informo de forma clara, ¿qué es? y ¿qué hace? el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

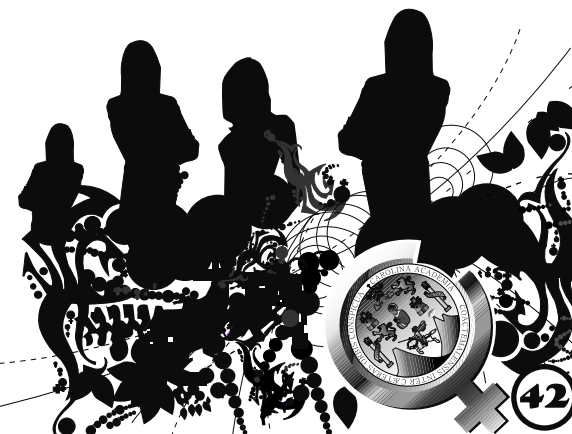
Si  No

9.- ¿Cómo consideró el uso del color en las distintas piezas gráficas?

Adecuada  Podría mejorar  Deficiente

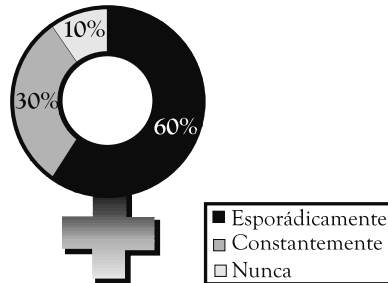
10.- ¿Considera el banner llamativo?

Si  Necesita mejorar  No

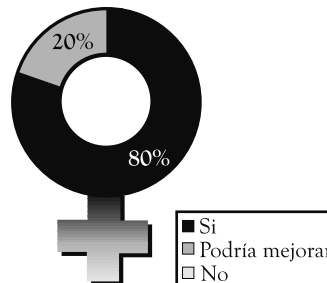


# PROFESIONALES

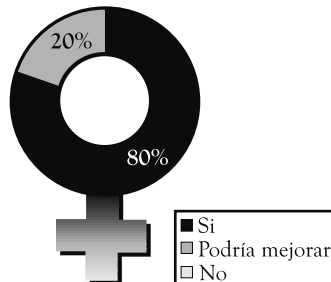
1.- ¿Ha utilizado un CD interactivo como una herramienta didáctico-informativo de apoyo?



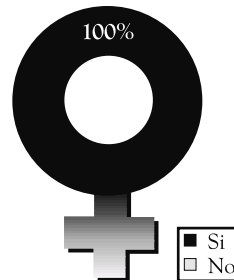
2.- ¿Cree que el CD cumplió con el objetivo de ser una herramienta para educar e informar?



3.- ¿Considera el CD intitucional funcional?



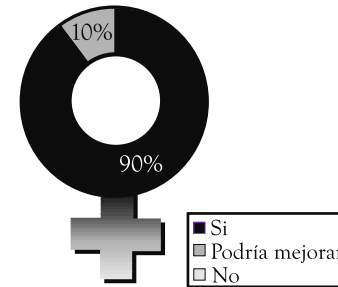
4.- ¿El CD le dio una perspectiva de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?



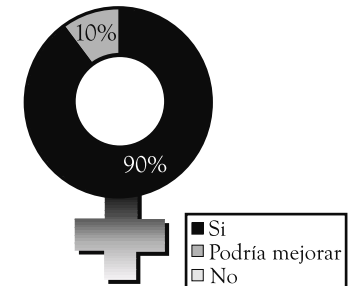
# RESULTADOS COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

# RESULTADOS COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

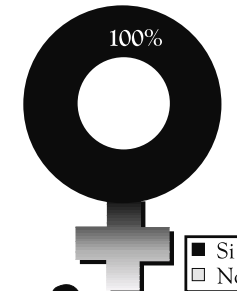
5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?



6.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?



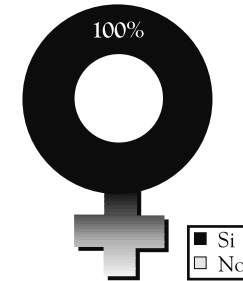
7.- ¿Estaría usted en la disposición de formar parte del efecto multiplicador de la erradicación de cualquier tipo de discriminación?



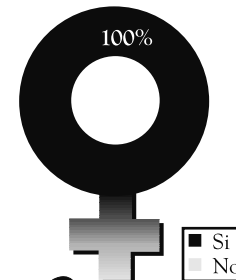
# RESULTADOS

## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

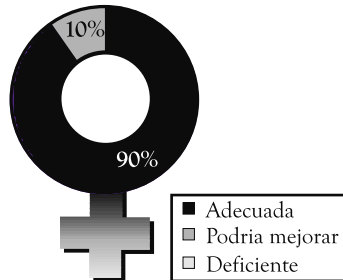
12.- ¿A su criterio el CD ilustra la necesidad de crear espacios para la equidad de género en la educación superior?



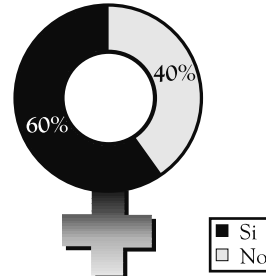
13.- ¿Le pareció que la información estaba colocada de forma ordenada y clara para la fácil comprensión de las piezas gráficas presentadas?



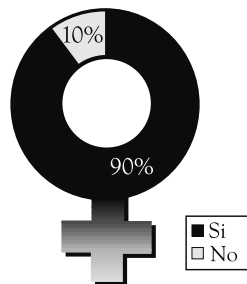
8.- ¿Cómo considera la estética visual del CD institucional?



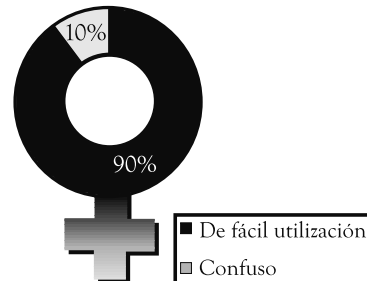
9.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?



10.- ¿El CD institucional le informó de forma clara, qué es y qué hace, el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?



11.- ¿De acuerdo a su experiencia navegar dentro del CD fue?



# RESULTADOS

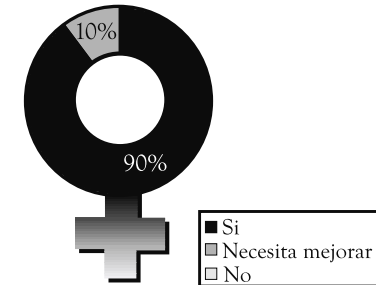
## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V



# RESULTADOS

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

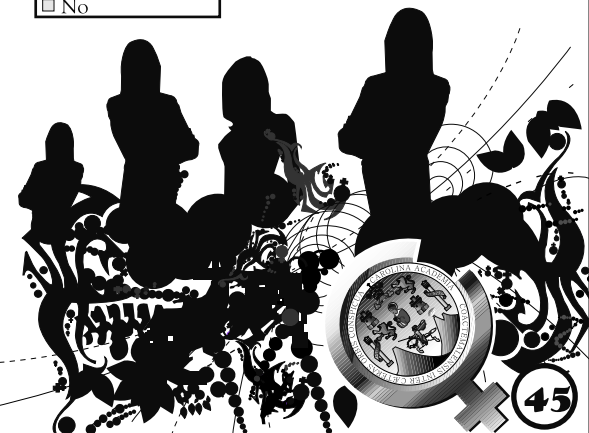
14.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?



15.- ¿Considera el banner llamativo?



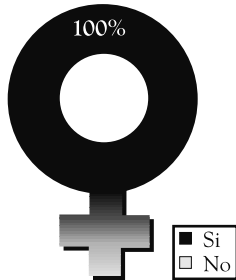
**RESULTADOS**  
COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V



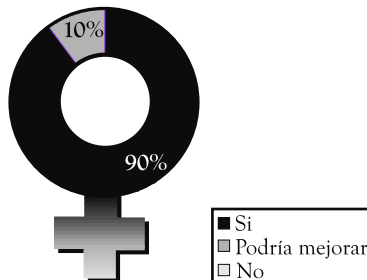


# ESTUDIANTES

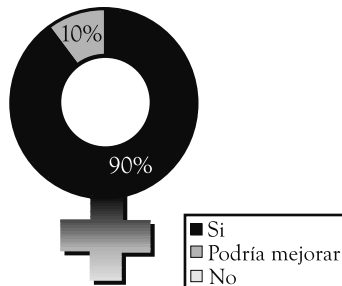
1.- ¿El CD le dio una perspectiva de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?



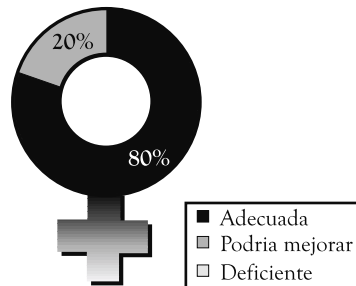
2.- ¿Considera el CD intitucional funcional?



3.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?



4.- ¿Cómo considera que la estética visual del CD institucional?



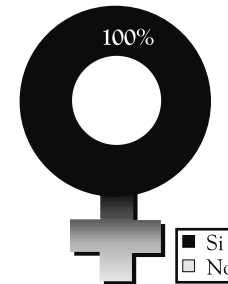
# RESULTADOS

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

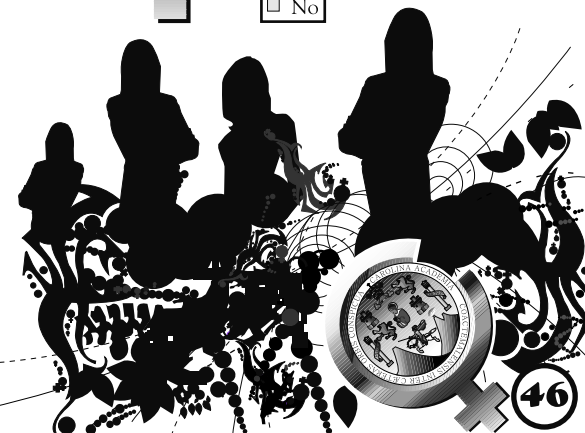
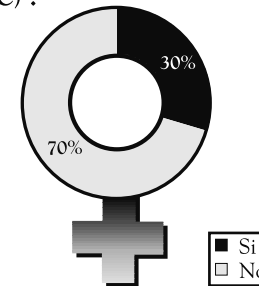
# RESULTADOS

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?



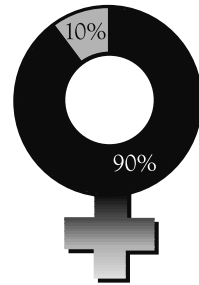
6.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC) ?



# RESULTADOS

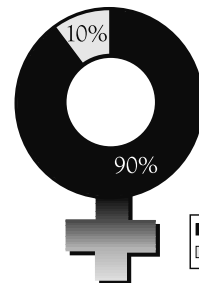
## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

7.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?



■ Si  
 □ Necesita mejorar  
 □ No

8.- ¿El CD institucional le informo de forma clara, qué es y qué hace, el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC) ?



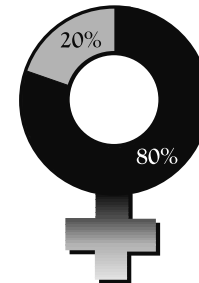
■ Si  
 □ No

9.- ¿Estaría usted en la disposición de formar parte del efecto multiplicador de la erradicación de cualquier tipo de discriminación?



■ Si  
 □ No

10.- ¿Considera el banner llamativo?



■ Si  
 □ Necesita mejorar  
 □ No

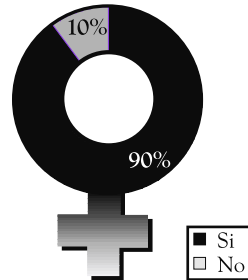
# RESULTADOS

## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTAY GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

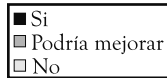
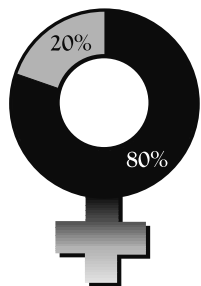


## DISEÑADORES/AS GRÁFICOS

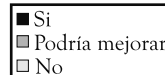
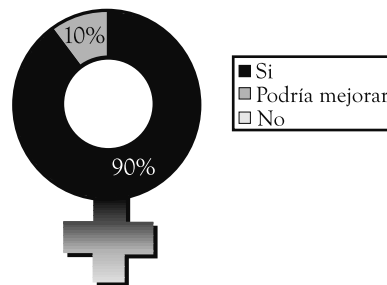
1.- ¿El CD le dio una perspectiva de la situación actual de la USAC, con relación a la equidad de género?



2.- ¿Considera el CD institucional funcional?



3.- ¿Le pareció el CD institucional interactivo dinámico?

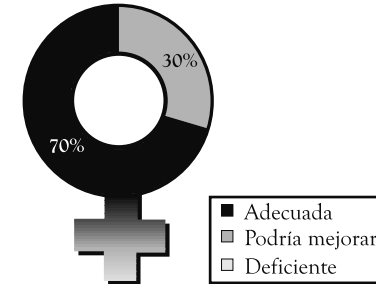


**RESULTADOS**  
COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y  
PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

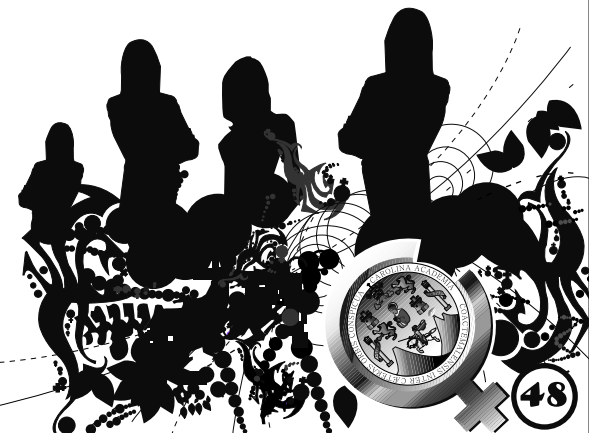
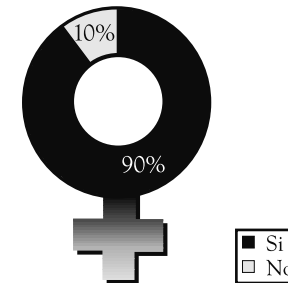
## RESULTADOS

### COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

4.- ¿Cómo considera la estética visual del CD institucional?

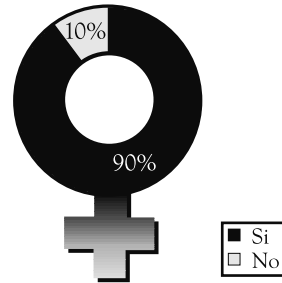


5.- ¿Considera que las piezas gráficas presentadas tienen unidad?

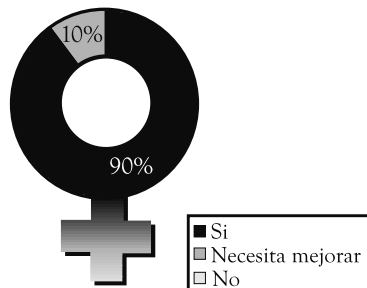


## DISEÑADORES/AS GRÁFICOS

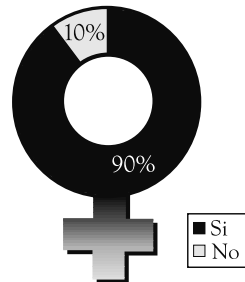
6.- ¿Antes de ver el contenido del CD, sabía usted de la existencia del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?



7.- ¿A su criterio el afiche comunica de forma clara el mensaje?

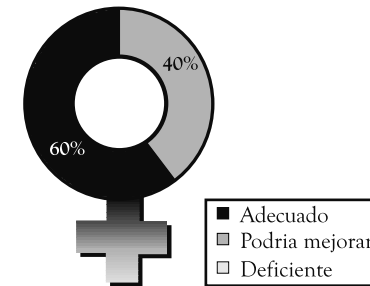


8.- ¿El CD institucional le informo de forma clara, qué es y qué hace, el Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)?

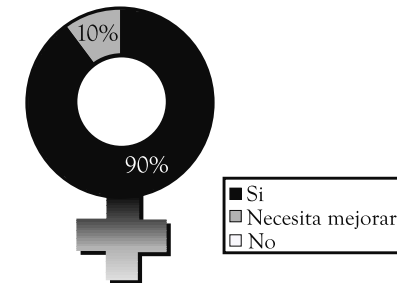


## RESULTADOS COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

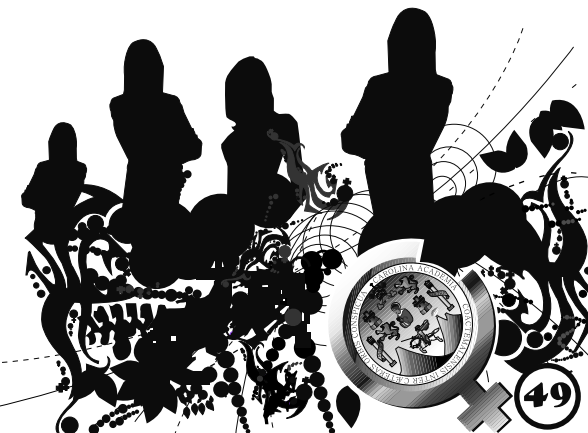
9.- ¿Cómo consideró el uso del color en las distintas piezas gráficas?



10.- ¿Considera el banner llamativo?



## RESULTADOS COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V



# ANÁLISIS DE RESULTADOS

## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

Posterior a presentar el conjunto de piezas gráficas que forman parte de la campaña de información, se solicita a una muestra del grupo objetivo llenar las encuestas para evaluar la campaña, a continuación los resultados obtenidos en la prueba piloto:

- Se necesita informar a la comunidad universitaria por medio de una campaña de información, para mostrar la realidad actual de la USAC con relación a la equidad de género en la educación superior.

De esta manera, el grupo objetivo está en la completa disposición de formar parte del efecto multiplicador para erradicar cualquier tipo de discriminación.

- Los CD's interactivos, se consideran en un 83% funcionales como herramienta didáctico-informativa.

- Se estima que las piezas gráficas tienen unidad en un 93%, lo que indica que cada una de las piezas denota ser parte de un todo visual informativo.

El banner diseñado para la página principal de la USAC, es un 90% llamativo e ilustrativo, lo que indica que la posibilidad de leer la información que muestra el mismo es alta, por lo tanto cumple con el objetivo de informar.

El afiche comunica claramente el mensaje en un 90%, por lo que se concluye que la información es precisa, los colores, la estética, las imágenes y la tipografía es la adecuada para llegar al grupo objetivo en las diferentes unidades académicas.

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL CAPÍTULO V

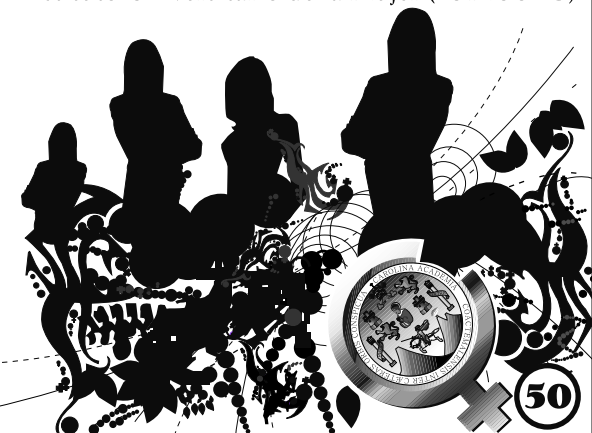
El Cd institucional es dinámico en un 90%, navegar en el fue de fácil utilización, además la información fue colocada de forma ordenada para su fácil comprensión, y llenó las expectativas de información del usuario.

El uso del color especialmente en los CD's interactivos podría mejorarse, teniendo como resultado un 60% de aprobación entre nuestra muestra piloto.

Inicialmente se planteó, que la falta de equidad de género a nivel nacional, es un problema que se manifiesta en los diferentes ámbitos de la vida nacional, es por ello la necesidad de educar e informar a la población universitaria quienes en su mayoría, poseen los puestos de ingerencia y decisión a nivel nacional, empresarial y gubernamental.

En esta investigación, se define la importancia de la equidad de género en la educación superior y el canal para transmitir la información será El Instituto Universitario de la Mujer.

Una vez localizado el problema, fue necesario la fundamentación del concepto central de la campaña "por una educación superior con equidad de género" definiendo sobre este concepto La Campaña de información para incorporar el enfoque de género en la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)



# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Banner  
160\*80 px.  
Full color  
Formato Multimedia  
Macromedia Flash Mx



Dicho concepto fue representado en cada una de las piezas gráficas de forma creativa, para la creación de una campaña profesional, con un desarrollo de diseño basado en los principios fundamentales de la comunicación visual, como lo son el color, la tipografía, la semiología, el espacio, que todos en conjunto connotaban el tema central que es la equidad de género de forma clara, para que facilitara su fijación, comprensión y apropiación en el grupo objetivo.

Se realizó la verificación, por medio de los resultados obtenidos del método de comprobación, la encuesta, donde se obtuvo un 85% de aprobación de cada una de las piezas presentadas.

La campaña cuenta con una imagen bien definida, que respalda en todo momento el objetivo principal que se propone, que es informar, mediante cada uno de los elementos estéticos del diseño visual, que connotan semiológicamente el tema en estudio.

Adicionalmente se expresa la necesidad de ampliar y actualizar la página Web del Instituto Universitario de la Mujer, así como mantener información actualizada de los logros obtenidos anualmente en el campus universitario, esto motiva al grupo objetivo a tener más participación en la contribución de la erradicación de cualquier tipo de discriminación.

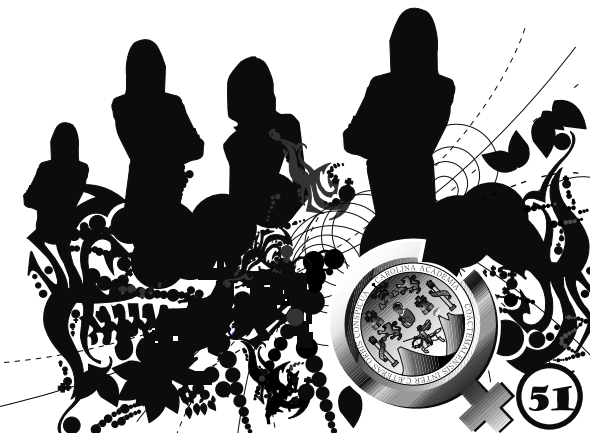
Se demuestra la necesidad imperante, de dar a conocer especialmente en la población estudiantil por medio de charlas, afiches, volantes etc.

A continuación, se presentan las piezas ya filtradas y evaluadas luego de los resultados obtenidos de la prueba piloto realizada del 14 al 25 de mayo 2006 en el campus central de la USAC.

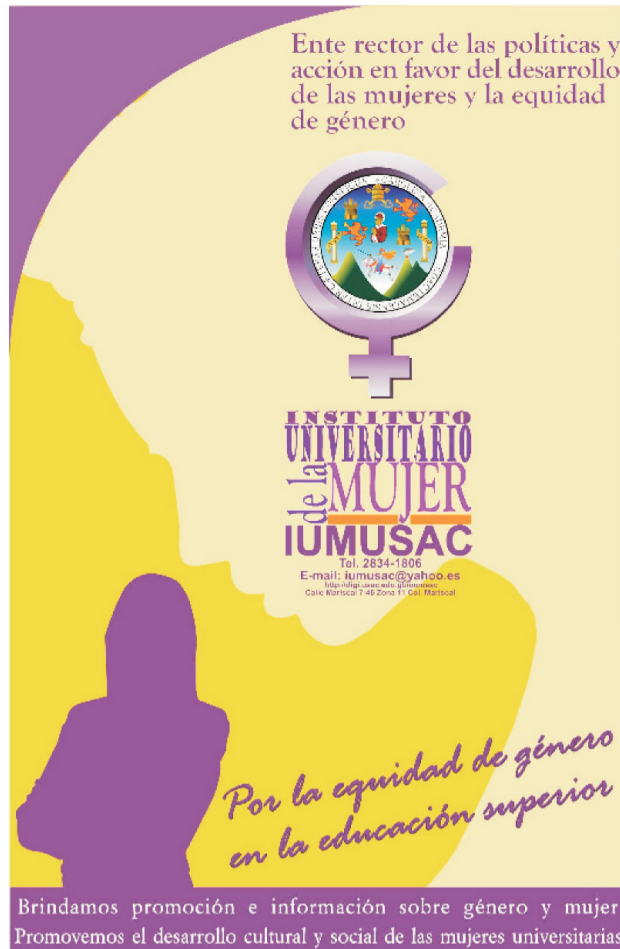
El banner es un elemento gráfico, que invita a quien lo ve a presionarlo, esto a su vez ayuda al realizar link de la página principal de la institución.

En esta propuesta, el banner forma parte importante en la campaña, estará ubicado en la página principal de la Universidad de San Carlos de Guatemala

## PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACION



# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

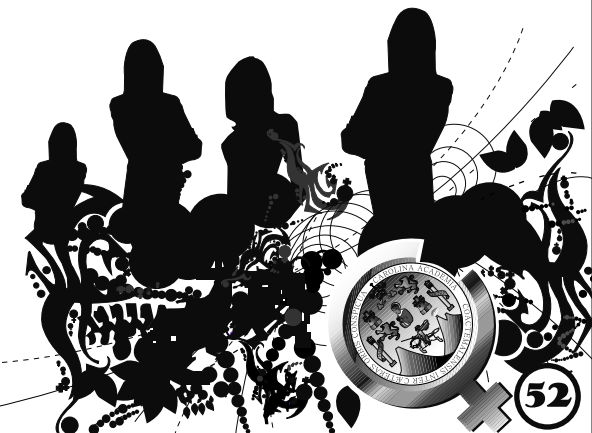


El afiche resalta la imagen institucional, se utilizó para un mejor impacto visual el color por contraste, la tipografía está colocada en orden de importancia como lo lee el ojo de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo.

El tamaño de la tipografía también connota cuál es la información de mayor importancia.

En la pieza en su totalidad, cada uno de los elementos colocados, fueron debidamente estudiados, para que a primera vista, el espectador reciba el mensaje del que se está hablando, el tema que sugiere, la semiótica fue una de las herramientas predominantes en el diseño.

Afiche  
11" X17"  
Full color/UV  
Texcote C18  
Freehand



# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

# PROPUESTA GRAFICA FINAL

El CD interactivo como una herramienta didáctica proporciona, un apoyo visual de alto impacto en el proceso enseñanza aprendizaje.

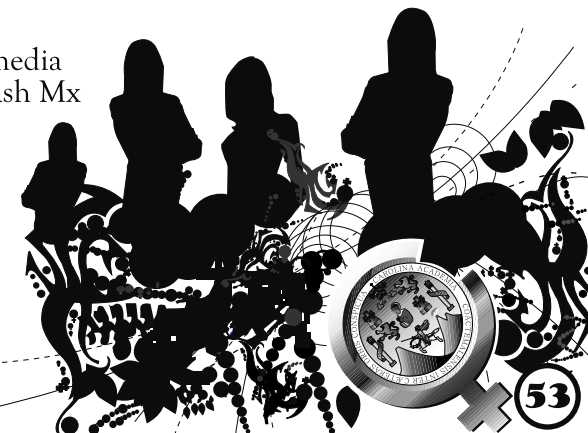
Se utilizó una metodología lógica, sugerida por los usuarios para su fácil aplicación y de esta manera, facilitar el traslado de la información a nuestro grupo objetivo.

Esta pieza es de gran impacto, debido a su innovación tecnológica y su alta funcionalidad, ilustrando de forma creativa cada uno de los conceptos teóricos ofrecidos por la investigación, lo que produce una mayor impresión de la realidad del tema en estudio.



CD interactivo  
Didáctico  
400\*600 px.  
Full color  
Formato Multimedia  
Macromedia Flash Mx

# PROPUESTA GRAFICA FINAL





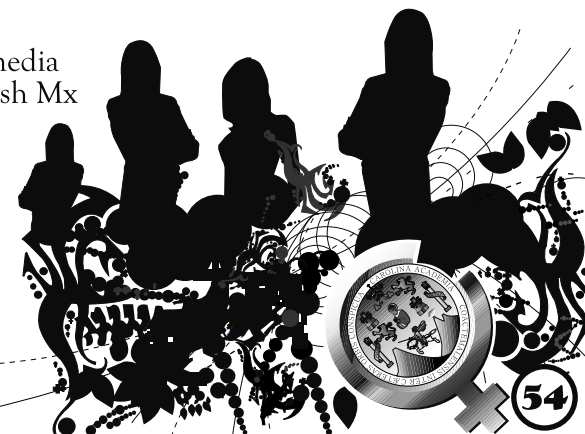


El CD interactivo permite al usuario, ingresar a la información que le interesa de forma ordenada, dinámica y con ilustraciones.

Es una forma innovadora de presentar a la institución, con tecnología reduciendo los altos costos de impresiones o tirajes de folletos, además de facilitar las actualizaciones.

Los CD-ROMS interactivos tienen el beneficio del espacio y la velocidad, esto quiere decir, que podemos incluir en un CD cerca de 100 veces lo que puede incluir en sitio web promedio, sin limitaciones de ancho de banda ni tiempos de espera en transmisión.

CD interactivo  
 Institucional  
 400\*600 px.  
 Full color  
 Formato Multimedia  
 Macromedia Flash Mx



**PROPUESTA  
 GRÁFICA FINAL**

# LINEAMIENTOS, PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

A continuación, se sugiere la siguiente propuesta para la ejecución de las piezas gráficas, haciendo uso de los mejores materiales, espacios y pautas más adecuadas para su presentación.

## PRESUPUESTO

Para la campaña de información para incorporar el enfoque de género en la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala a través del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)

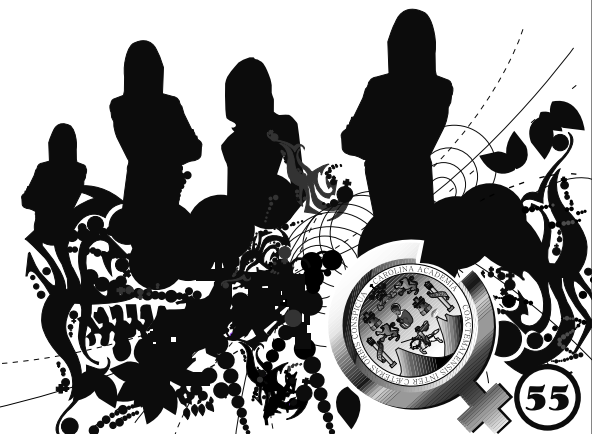
Reprod. 1,000 afiches 11*17 Texcote C18 full color.....	Q 2,200.00
Reproducción 100 CD/Carátula Caja individual/Sticker interior .....	Q 800.00
Distribución de material .....	Q 300.00
Diseño, programación, levantado de texto fundamentación creativa, y archivos finales de afiche, CD Didáctico, CD Institucional y banner.....	Q20,000.00
Total.....	Q23,300.00

# LINEAMIENTOS, PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

## CRONOGRAMA DE PROYECTO

Toda campaña debe de tener una planificación de desarrollo y presentación, para que sea un éxito.

Por lo tanto se sugiere el siguiente cronograma de actividades, para definir qué, cuánto, y cómo debe ser hecho y determinar el camino a seguir y los métodos de ejecución en un proyecto, utilizar la calidad y cantidad de los recursos disponibles necesarios de manera óptima, para cumplir con el plazo de obtención de resultados.



# LINEAMIENTOS, PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

## Cronograma del proyecto

Cronograma sugerido para la campaña de información en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para incorporar el enfoque de género en educación superior a través del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)

### ETAPA I

Colocación de afiches en las diferentes unidades académicas y oficinas administrativas en la USAC. (Guatemala, ciudad).-

### ETAPA 2

Presentación de CD didáctico a los distintos claustros, para manifestarles cuál es la situación actual de la equidad de género en la educación superior y de esta forma, motivarlos a formar parte del efecto multiplicador de la erradicación de cualquier tipo de discriminación.

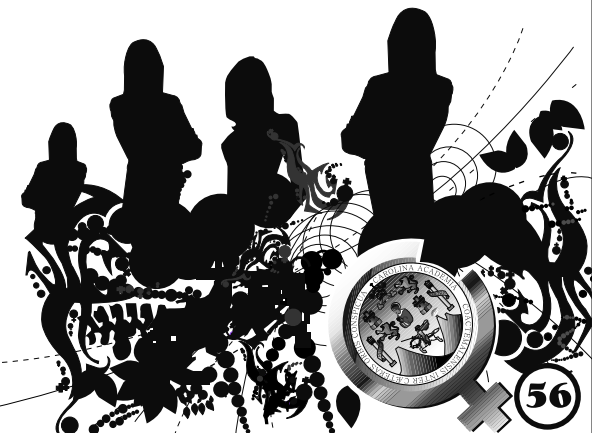
### ETAPA 3

Presentación a la comunidad universitaria del CD institucional.

### ETAPA 4

Evaluación de campaña por medio de una encuesta, para medir si efectivamente, logramos informar al grupo objetivo la situación actual de la Universidad en relación a la equidad de género, paralelamente se deberá investigar, si más personas conocen de la existencia del IUMUSAC y cuáles son sus aportes a la educación superior.

# LINEAMIENTOS, PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA



# CONCLUSIONES

## Conclusiones:

Las piezas gráficas finales para la "Campaña de información para incorporar el enfoque de género en la educación superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala a través del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC)" muestran la información pertinente para informar y sensibilizar a los docentes y estudiantes universitarios, para que de esta forma, se incentiven a formar parte del efecto multiplicador de la erradicación de cualquier tipo de discriminación.

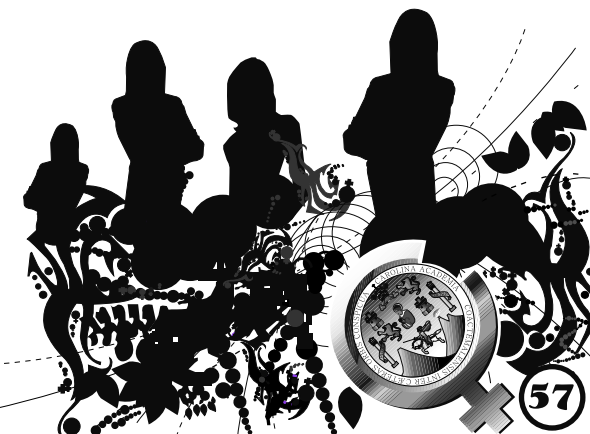
Paralelamente se coadyuva con el fortalecimiento de los canales de divulgación del IUMUSAC, proporcionando materiales de comunicación de alto impacto, funcionales y adecuados, creados sobre conceptos de diseño eficientes y eficaces.

El criterio empleado para la propuesta gráfica final, sugiere la obtención del interés del grupo objetivo propuesto; de igual forma se tiene la expectativa, que dicho grupo objetivo promueva desde sus espacios, la equidad de género en la educación superior.

El resultado de la evaluación, manifiesta la necesidad de una campaña de información, debido a las condiciones que imperan en la educación superior, en la Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central, así como la disposición de formar parte activa de la misma.

Las piezas de diseño, muestran una estrategia visual sobre una base científica de comunicación y persuasión, basada en la semiología, denotación y conotación, para que de forma sintetizada y clara el grupo objetivo adquiera la información precisa y funcionalmente, no olvidando que en cada momento la imagen institucional forma parte activa e importante dentro del diseño, para que el espectador ubique a El IUMUSAC como el ente rector de las políticas y acciones, para incorporar la equidad de género en la educación superior.

# CONCLUSIONES



### Recomendaciones:

#### - A las máximas autoridades universitarias

Con base en la historia y la situación actual, en relación a la equidad de género en el gobierno universitario y tomando como base las estadísticas de ocupación en puestos administrativos, direccionales y docentes, se recomienda atención prioritaria y la inmediata acción para encontrar un equilibrio equitativo en la administración universitaria.

Asignar los recursos necesarios para el fortalecimiento, la expansión y desarrollo eficaz y eficiente de las atribuciones, objetivos y propósitos del Instituto Universitario de la Mujer.

Adoptar medidas concretas y específicas para incorporar la equidad de género en la educación superior.

#### - Al Instituto Universitario de la Mujer

Realizar la campaña de información propuesta en esta investigación, haciendo uso de los materiales gráficos para su óptimo aprovechamiento.

Informar y sensibilizar a los docentes y comunidad estudiantil, para que de esta manera, se empoderen e incentiven a formar parte del efecto multiplicador de la erradicación de cualquier tipo de discriminación.

## RECOMENDACIONES

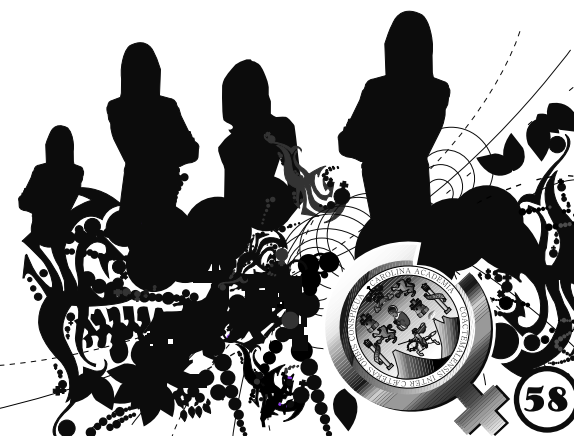
## RECOMENDACIONES

Como ente rector que vela por los derechos de las mujeres universitarias, deben dar a conocer sus servicios, especialmente a nivel estudiantil.

Fortalecer y actualizar los materiales informativos, a través del Diseño Gráfico y otras ciencias, para que los mismos sean de alto impacto y funcionales.

Ampliar sus canales de comunicación, para acelerar el proceso de promoción institucional dentro de la comunidad universitaria y así más personas puedan conocer al IUMUSAC.

Brindar capacitación continua y adecuada a todo el personal académico por medio de recursos que garanticen la comprensión de la información.



# BIBLIOGRAFÍA

Asociación para los derechos de la mujer y el desarrollo  
<http://www.awid.org/ywl/glossary>  
Document: HTML Español

Congreso de la República de Guatemala 2,001 Guatemala  
<http://www.vnuguatemala.org/Documentos%20Promotores/Manual%20Digital%20Quiche/files/button1/contenido/Leyes>  
Document:PDF/Adobe Acrobat Español

Curso Sistemático de Derechos Humanos - I. GLOSARIO  
[http://www.iepala.es/curso\\_ddhh/ddhh1609.htm](http://www.iepala.es/curso_ddhh/ddhh1609.htm)  
Tipo documento: HTML Español

Gobierno de Guatemala,  
Constitución Política de la República de Guatemala  
<http://www.guatemala.gob.gt/docs/constitucion-01.pdf>  
Document :PDF/Adobe Acrobat Español

Galicia Patricia  
Maldonado Miriam Puntos de partida para incorporar el enfoque de género en la docencia universitaria, 2006, Editorial Universitaria, Guatemala USAC

Gobierno de la Republica de Guatemala  
Secretaria presidencial de la mujer,  
Política Nacional de Promoción y Desarrollo de las Mujeres Guatemaltecas y Plan de equidad de oportunidades 2001-2006, año 2005, Guatemala, Serviprensa, S.A.

Instituto Interamericano de Derechos Humanos  
<http://www.iidh.ed.cr/glosario.htm>  
Tipo docto: HTML Español

La Coordinación General de la Comisión Nacional de la Mujer, México  
[http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100122.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100122.pdf)

Maldonado, Miriam 2005 Estructura Administrativa Instituto Universitario de la Mujer Editorial Universitaria Guatemala, USAC.

Maldonado, Miriam 2005 Marcos Académicos Instituto Universitario de la Mujer Editorial Universitaria Guatemala, USAC.

Maldonado, Miriam 2,006  
Plan estratégico IUMUSAC 2022” Editorial Universitaria, Guatemala, USAC.

Mujer Trabajadora. Proyecto ARTEMISA  
<http://www.ugt.es/Mujer/artemisa/artemisaconceptos.html>

Mujeres hoy el portal de la no violencia contra la mujer  
[http://www.mujereshoy.com/otras\\_secciones/glosario.php](http://www.mujereshoy.com/otras_secciones/glosario.php)  
Tipo documentos: HTML Español

ODEG “Oficina de equidad de Genero” 2007  
<http://www.mopt.go.cr/EQG/conceptosEQG.html>  
HTML Document Español



# BIBLIOGRAFÍA

Naciones Unidas 2,000 ,EEUU  
<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/ares552.html>  
HTML Document Español

Secretariado de la Mancomunidad Británica, 1999:19  
Asociación para los derechos de la mujer y el desarrollo  
<http://www.awid.org/ywl/glossary/index.php?term=Perspectiva%20de%20g%E9nero>

United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women  
<http://www.un-nstraw.org/es/index.php?option=content&task=view&id=37&Itemid=76>

UNESCO "Declaración Mundial Sobre la Educación Superior en el SIGLO XXI: Visión y acción" 1998 Francia.  
[http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration\\_spa.htm#declaracion](http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm#declaracion)  
HTML Document Español

Unidad Ejecutora USAC 2006  
<http://www.guatecompras.got.gt/Concursos/files/62/307327@Bases%20de%20Cotización%20No%206-20PLAN%20MAESTRO%20VIAL-USAC.doc>  
HTML Document En Español

Propuesta  
"Política y Plan de equidad de género en la Educación Superior"  
Edición 2006  
Editorial Universitaria

[www.definicion.org](http://www.definicion.org)  
[www.desarrolloweb.com](http://www.desarrolloweb.com) [www.designvalencia.com](http://www.designvalencia.com)  
[www.equidad.org.mx](http://www.equidad.org.mx)  
[www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com)  
[www.genero-pnud.org.sv](http://www.genero-pnud.org.sv)  
[www.generoreforma.org](http://www.generoreforma.org)  
[www.lorenzoservidor.com.ar](http://www.lorenzoservidor.com.ar) [www.platea.pntic.mec.es](http://www.platea.pntic.mec.es)  
[www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)  
[www.sinpapel.com](http://www.sinpapel.com)

# BIBLIOGRAFÍA

