



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Campaña Publicitaria de Apoyo del Programa Guatemala VolunTours™

Proyecto de Graduación presentado por Gladys Lorena Claudio Ordóñez,
previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico,
con énfasis en Publicidad.



Guatemala, junio 2013



Nómina de Autoridades

Miembros de la Junta Directiva

Decano	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I	Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal II	Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal III	Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal IV	Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez
Vocal V	Br. José Antonio Valdés Mazariegos
Secretario	Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Lic. José Francisco Chang Meneses
Lic. Víctor Manuel Pacheco Palma
Licda. Larisa Caridad Mendóza Alvarado
Arq. Alejandro Muñoz Calderón



Admirando el lienzo de mi vida...
solo puedo decir que soy una mujer feliz de lo que soy...
¡¡Gracias Diosito!! porque eres el motor de mi vida
y que hoy como en todo momento estas conmigo culminando
un fragmento más y muy importante para mí.

Dios es mi maestro, mi inspiración y la luz que brilla en esa obra de arte. La Santísima Virgen es mi guía y ejemplo de dulzura, fortaleza y entrega. El padre Walter Santizo es mi modelo de fé, alegría, amor y sabiduría.

Mi familia son el soporte...Mi mamá -Belarmina Ordóñez- y mi papá -Lorenzo Claudio- sembraron en mí la Fé en Dios y los valores con los cuales vivo. Su amor, paciencia, apoyo, acompañamiento es un tesoro invaluable. Tengo cerca de mí una hermana maravillosa -Ana María- que me hace sentir que puedo contar con ella incondicionalmente. Sé que las cosas deben hacerse con amor, eso significa, realizarse bien hechas, un ejemplo de ello es mi hermano -Hugo René-. En pequeños detalles, me han demostrado su grandeza de ser, mi cuñado -Mario Velásquez- con su alegría y apoyo incondicional; y mi cuñada -Marilyn Sandoval- con su disposición y ayuda. Mis sobrinos, Diego Jesús, enorme ejemplo de fé, esperanza, amor y lucha por la vida. David Antonio, que con su increíble imaginación, me hace soñar y ponerme en acción para hacerlos realidad. Mario Roberto, con su dulzura, bondad y nobleza de corazón me hace estar atenta a las personas que me rodean y brindarles lo mejor de mí.

Mis amigos conforman la armonía de colores que expresan sentimientos y momentos maravillosos... pero en el desarrollo de este proyecto especialmente quiero dar las Gracias a Roberto Reynoso, Evelyn Hernández, Marietta Buj y Jennyfer Alegría por su amor, paciencia, consejo y apoyo incondicional.

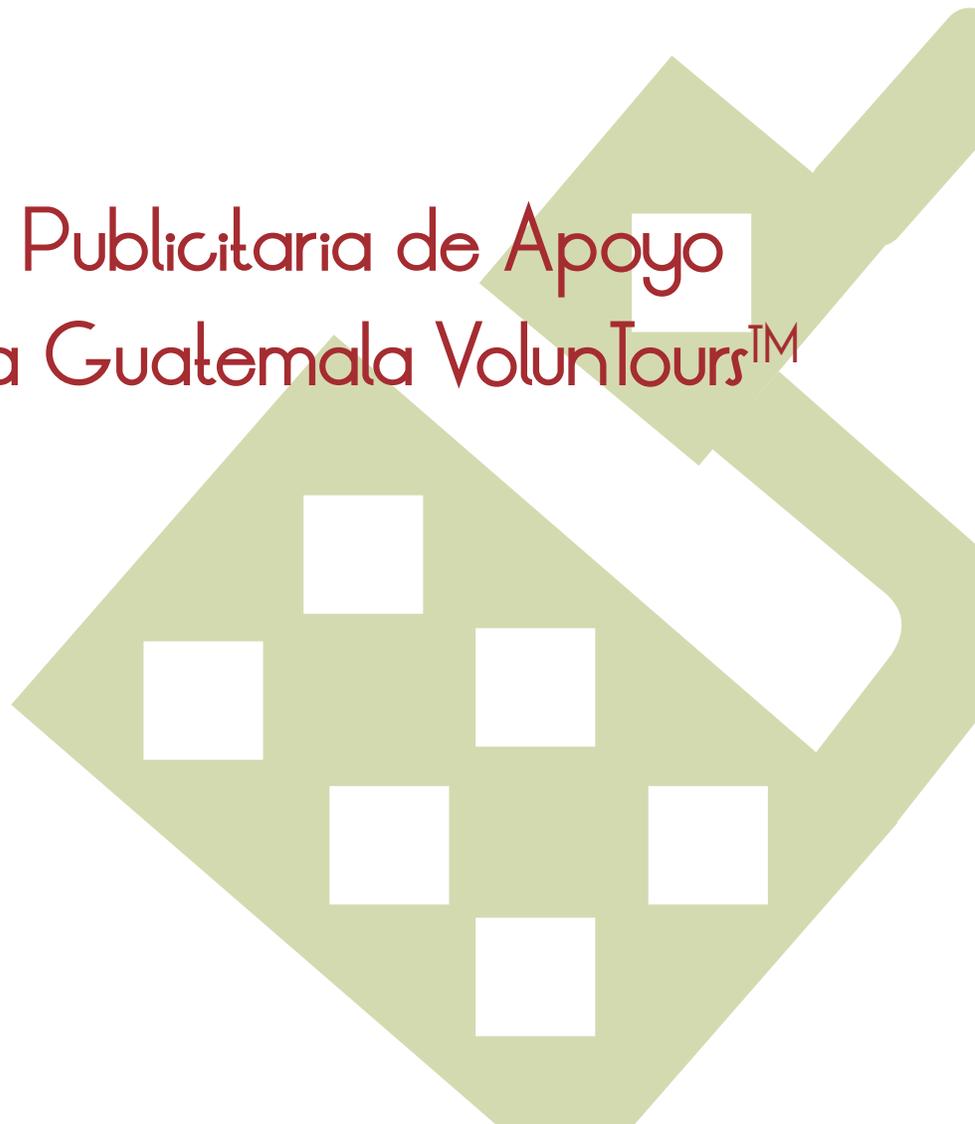
Otros matices de colores han plasmado parte de mi vida profesional, Lic. Francisco Chang, Licda. Larisa Mendoza, Lic. Victor Pacheco, profundamente agradecida por su tiempo, consejos y enseñanzas. Gracias Arq. Brenda Penados por guiarme, creer en mí y animarme a culminar esta etapa y a todos mis catedráticos por compartir sus experiencias y conocimientos.

Gracias a la Universidad de San Carlos de Guatemala y a la Escuela de Diseño Gráfico por mi formación profesional. Infinitamente agradecida, Asociación Share de Guatemala por creer en mí para el desarrollo del presente proyecto.

Dios ha rodeado mi vida de personas maravillosas a quienes agradezco su amor y es por eso que quiero dedicarles este acto.

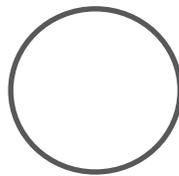


Campaña Publicitaria de Apoyo
del Programa Guatemala VolunTours™





Índice



Nómina de autoridades
Agradecimientos y dedicatoria
Presentación

Capítulo

1

1.1 Antecedentes	15
1.2 Problema	17
1.3 Justificación	17
1.3.1 Magnitud	17
1.3.2 Trascendencia	18
1.3.3 Vulnerabilidad	18
1.3.4 Factibilidad	18
1.4 Objetivos de diseño	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2 Objetivos Específicos	19



Capítulo

2

2.1 Perfil de la organización	21
2.1.1 Antecedentes	21
2.1.2 Visión	21
2.1.3 Misión	21
2.1.4 Valores	22
2.1.5 Historia	22
2.1.6 Áreas estratégicas (Servicios)	23
2.2 Grupo Objetivo	26
2.2.1 Perfil geográfico	26
2.2.2 Perfil demográfico	26
2.2.3 Perfil psicográfico	27

Capítulo

3

3.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el tema	29
3.1.1 Turismo	29
3.1.2 Turismo cultural	30
3.1.3 Turismo social	30
3.1.4 Turismo comunitario	31
3.1.5 Directrices de turismo comunitario	32
3.1.6 Organización No Gubernamental	33
3.1.7 Voluntariado	34
3.1.8 Voluntario	34
3.1.9 Turismo comunitario en Guatemala	34



Capítulo

3

3.1.10 Chimaltenango	37
3.1.11 San Martín Jilotepeque	37
3.1.12 Referencia histórica de San Martín Jilotepeque	39
3.2 Conceptos Fundamentales de Diseño	42
3.2.1 Objetivos de Comunicación	42
3.2.2 Estrategias de Comunicación	42
3.2.3 Concepto Creativo	42
3.2.4 Técnicas Creativas	43
3.2.5 Grupo Focal	44
3.2.6 Campaña Publicitaria	45
3.2.7 Proceso de Comunicación Publicitaria	45
3.2.8 Imagen	45
3.2.9 Color	46
3.2.10 Palabras y Lenguaje	46
3.2.11 Tipografía	47
3.2.12 Formato	47
3.2.13 Guatemala: Textiles Mayas	47
3.3 Concepto Creativo	48
3.3.1 Estrategia de Comunicación	48
3.3.2 Proceso Creativo	50
3.3.3 Selección del Concepto de Diseño	62
3.3.4 Desarrollo de piezas claves para Estrategia de Validación	64



Capítulo

4

4.1 Metodología para validación	73
4.2 Instrumentos	75
4.3 Perfil del Informante	81
4.4 Procedimiento para validación	81
4.5 Resultados de validación	83
4.6 Análisis e interpretación de resultados	96
4.7 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación	97

Conclusiones | 116

Recomendaciones | 117

Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta | 118

Bibliografía | 120

Glosario | 124

Anexos | 125



Presentación

Hoy en día, la actividad turística a nivel mundial se caracteriza por las nuevas tendencias de consumo (búsqueda de experiencias, contacto con la naturaleza, cultura, aprendizaje, etc.).

Estos cambios han originado una creciente valoración por lo auténtico, por la búsqueda de lo natural y lo sostenible, en donde el entorno en comunidades, municipios y departamentos se vuelve el principal protagonista. Guatemala es uno de los países en el mundo que brinda ese escenario con su riqueza natural y cultural, siendo un poderoso atractivo para diversas personas e instituciones.

El programa Guatemala VolunTours™ ofrece la valoración de este enfoque turístico y, primordialmente, la ejecución de proyectos de desarrollo en los programas y lugares donde SHARE Guatemala ya tiene presencia. Actualmente su grupo objetivo es extranjero, pero se desea informar y promover en la sociedad guatemalteca su participación en el turismo comunitario.

En este Proyecto de Investigación - Comunicación "Campaña Publicitaria de Apoyo para el Programa Guatemala VolunTours™", se presentan los fundamentos conceptuales y de diseño necesarios para elaborar todas las piezas de material gráfico impreso en los medios adecuados para su efectiva divulgación.

Con la creación de este proyecto, se pretende aportar a SHARE Guatemala y, específicamente, a su programa Guatemala VolunTours™ la promoción del mismo a través de una estrategia de comunicación, con el fin de incrementar el volumen de turistas nacionales que participen en voluntariado, obtener donaciones y ampliar la cobertura en San Martín Jilotepeque y otros municipios y departamentos del país.



Capítulo 1

1.1 Antecedentes

El turismo es la industria más grande del mundo; representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial, y se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentará a 1.600 millones de dólares en 2020.

El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza.

El turismo puede tener efectos positivos y negativos. Pero, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre -y apoyo para- la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades de desarrollo económico para los países y las comunidades.

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés) está tomando medidas para reducir los impactos negativos y estimular el turismo responsable, que mejore no solo la calidad de vida sino también los recursos naturales y culturales de los lugares de destino turístico.

Los procesos involucrados en el turismo comunitario incluyen todos los aspectos de la planificación, el desarrollo, la comercialización y el manejo de los recursos y las instalaciones para

esta forma de turismo. La atención del visitante supone el acceso a las áreas naturales y de patrimonio cultural, los servicios de visita guiada e interpretación, el alojamiento, la alimentación, la venta de productos y artesanías y el servicio de transporte. Ciertas actividades apropiadas de recreación e interés especial, como la marcha por senderos, la fotografía y los programas participativos de conservación, pueden igualmente formar parte del turismo comunitario.

Guatemala es un país pluricultural, multiétnico y multilingüe, en donde las comunidades rurales viven en un entorno caracterizado por una amplia biodiversidad de flora y fauna, del cual son anfitriones y profundos conocedores, como herederos de los secretos milenarios de la Cultura Maya.

El Turismo Comunitario propicia el desarrollo sostenible de los pueblos indígenas mayas mediante la conservación de la naturaleza, valoración y promoción cultural, fortalecimiento del tejido social y mejora de su calidad de vida. El turismo Comunitario es una experiencia de encuentro con la milenaria Cultura Maya y la naturaleza.



1980

- Surgen proyectos de cooperación internacional de colaboración directa con el gobierno guatemalteco y ONGs,
- El turismo también es considerado dentro de varias iniciativas, como: Fundación Defensores de la Naturaleza con planes de conservación de la Reserva de Biosfera de Sierra de las Minas y la Reserva de Vida Silvestre Bocas del Polochic; Fundación ProPetén con una iniciativa de giras ecológicas con base comunitaria; Programa Guatemala VolunTours™, con un enfoque de voluntariado a corto plazo en comunidades rurales, combinando la convivencia cultural y el trabajo social con diversas actividades turísticas en el país.

2004

- La Organización Internacional de Trabajo (OIT) convoca, en Guatemala, el primer Encuentro Consultivo de Turismo Comunitario, en el que se establecen criterios para propiciar este tipo de turismo oficialmente, involucrando a comunidades rurales, universidades, sector privado y ONGs.

2005

- Se conforma la Federación Nacional de Turismo Comunitario (FENATUCGUA), integrada por diferentes proyectos turísticos comunitarios, con la colaboración de CAMTUR, INGUAT y OIT.
- Se define el concepto de "Turismo Comunitario" establecida por la Red de Turismo Comunitario de América Latina (REDTURS) auspiciado por OIT; como "el conjunto de emprendimientos de propiedad y autogestión comunitaria que operan bajo los 7 principios de ser socialmente solidarios, ambientalmente responsables, culturalmente enriquecedores y económicamente viables." (REDTURS-OIT, 2003).
- Se inicia la ejecución de estadísticas para obtener datos del esfuerzo conjunto entre las comunidades, entidades cooperantes e INGUAT, con el fin de estimular la cooperación y la inversión en las comunidades que promueven este segmento turístico.

En diversas entidades de Guatemala, se lleva a cabo el turismo comunitario a través de distintos enfoques, sin embargo, no ha tenido el auge necesario debido a la ausencia de promoción y comunicación visual. En nuestro país, más del 50% de las personas desconocen del

turismo comunitario que se realiza, influyendo en el desinterés de participar. Es necesario realizar la promoción y comunicación visual para dar a conocer los destinos de turismo comunitario y de esa manera incrementar el número de visitas de turistas guatemaltecos.



1.2 Problema



La ausencia de información y promoción a través de los adecuados medios de comunicación que den a conocer a la población sobre el turismo voluntario - comunitario, es el resultado de que el programa Guatemala VolunTours™, no tenga la capacidad de atraer turistas voluntarios, obtener donaciones y ampliar la cobertura en San Martín Jilotepeque y otros municipios y departamentos.

Por tal razón, se propone realizar el Proyecto de investigación comunicación "Campaña Publicitaria de Apoyo para el Programa Guatemala VolunTours™", durante el período de julio del año 2010 a junio del año 2011. Integrado por material gráfico impreso en los medios adecuados para su efectiva divulgación.

1.3 Justificación



1.3.1 Magnitud

La población actual del municipio de San Martín Jilotepeque es de 58,578 habitantes.

En el año 2010 - 2011 el Programa Guatemala VolunTours™ contó con la participación directa de 286 volunturistas extranjeros quienes, a través de un voluntariado de corto plazo en 17 comunidades, formaron parte en el desarrollo de 17 proyectos de infraestructura en la construcción y reconstrucción de los diferentes ambientes educativos y comunales y mantenimiento de

los mismos, realizados conjuntamente con la comunidad, beneficiando 4,801 habitantes de San Martín Jilotepeque.

Con este proyecto se pretende atraer a personas voluntarias de nuestro país, para dar beneficio a 1,542 habitantes pertenecientes a 6 comunidades de San Martín Jilotepeque y/o comunidades de otro municipio a través del desarrollo de proyectos comunitarios.



1.3.2 Trascendencia

Guatemala VolunTours™ pretende beneficiar el apoyo sostenible de áreas de mayor vulnerabilidad en Guatemala, por medio de servicios innovadores de calidad y excelencia a clientes, participantes, cooperantes y socios.

Con la campaña publicitaria de apoyo, el programa Guatemala VolunTours™ podrá darse a conocer en diferentes medios de comunicación, incrementando el volumen de turistas nacionales, brindándoles una nueva consciencia, educación y oportunidad de voluntariado; trascendiendo en las comunidades con los proyectos de desarrollo que durante este proceso los pobladores reconfortan la organización entre ellos y continúan después de dicho proyecto, fortaleciendo beneficios para su comunidad, creando agentes de cambio en nuestro país.

1.3.3 Vulnerabilidad

Al realizar una campaña publicitaria que promueva el turismo voluntario-comunitario de nuestro país e informe la función que desarrolla el programa Guatemala VolunTours™, se logrará atraer la participación de personas voluntarias, obtener donaciones y ampliar la cobertura de comunidades en San Martín Jilotepeque, en el Departamento de Chimaltenango, la apertura de otras comunidades en diferentes municipios u otros departamentos, brindándoles a los habitantes de las comunidades oportunidades de desarrollo sostenible, para mejorar su vida personal, familiar y comunitaria.

1.3.4 Factibilidad

Se ha concebido la idea de realizar una campaña publicitaria de Apoyo, ya que a través de diversos medios de comunicación se llegará al grupo objetivo con un mensaje positivo, dinámico y estético que informe, cree conciencia y acercamiento al programa Guatemala VolunTours™. Estas características, más el presupuesto destinado que Asociación SHARE Guatemala tiene para la puesta en marcha de dicho proyecto, hacen que sea el canal adecuado para alcanzar los objetivos.



1.4 Objetivos de diseño



1.4.1 Objetivo General

Promover el programa Guatemala Voluntours™, sus funciones y beneficios, impulsándolo en el área local con el fin de obtener personas voluntarias que apoyen el desarrollo comunitario de San Martín Jilotepeque y otros departamentos, a través de una campaña publicitaria.



1.4.1 Objetivos Específicos

Atraer voluntarios para la ejecución de actividades turísticas locales en comunidades, municipios y el país en general, por medio de medios impresos (trifoliales, afiches, anuncio de revista).

Diseñar el material para el WelcomPacket con el fin de identificar el programa en los participantes.

Identificar la identidad visual del programa Guatemala VolunTours™ a través de medios alternativos (Artículos Promocionales, Bus).



Capítulo 2

2.1 Perfil de la Organización

2.1.1 Antecedentes

Asociación SHARE de Guatemala es una organización comprometida con la calidad en la prestación de sus servicios, impregnando en cada uno de ellos su sello de excelencia.

La Junta Directiva es quien tiene la responsabilidad fiduciaria de la institución.

Su labor voluntaria hace posible la mejora de vida de un gran número de guatemaltecos, en consonancia con la Visión, Misión y Valores velando por el cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

La Junta Directiva esta integrada por:

- Ing. Rafael Solórzano, Presidente
- Ing. Roberto Estrada, Vicepresidente
- Dra. Angélica Bixcul, Secretaria
- Lic. Edgar Búcaro, Tesorero
- Ing. Luis Felipe Almengor, Vocal I
- Lic. Vinicio Santiago, Vocal II
- Licda. Carolina Santizo, Vocal III

2.1.2 Visión

Ser una organización internacional, con sede en Guatemala, auto-sostenible, líder en el impulso al desarrollo sustentable, íntegra, con calidad humana, en constante mejoramiento y aprendizaje; reconocida por la excelencia de sus servicios y productos, que inciden en el cambio de vida de las personas en pro de una sociedad próspera y equitativa.

2.1.3 Misión

Proveer a sus participantes, clientes y cooperantes servicios de excelencia, para impulsar oportunidades de desarrollo participativo y sustentable, así como asistencia en casos de emergencia; para que las personas vulnerables sean capaces de mejorar su calidad de vida.



2.1.4 Valores

Servicio
 Excelencia
 Integridad
 Creencia en el potencial humano
 Solidaridad

La visión, misión y valores constituyen la médula de la organización, los cuales da origen a los objetivos estratégicos, a la estructura organizacional, al conjunto de programas, proyectos, procedimientos, normas, reglas y políticas.



2.1.5 Historia

“Lo mejor que podemos hacer por otro no es sólo compartir con él nuestras riquezas, sino mostrarle las suyas.”

Compartir, los valores, la creatividad, la originalidad y la lucha por encontrar diferentes oportunidades, soluciones, aspiraciones, acciones para encontrar un mejor camino, más humano y sostenible.

Este sentimiento es la lucha de muchas personas que al unirse forman instancias para la construcción de una sociedad más próspera, equitativa y respetuosa en donde haya oportunidades para todos y los más favorecidas compartan con los demás.

SHARE = Compartir

S = Selft = Auto
H = Help = Ayuda
A = And = e
R = Resource = Recursos
E = Exchange = Intercambio

“Auto ayuda e intercambio de recursos”

SHARE se inicia en 1986, por personas altruistas de Guatemala y de World SHARE Inc., que se pusieron en contacto para determinar la factibilidad de iniciar un programa de asistencia comunitaria basado en el principio COMPARTIR, teniendo presente que al proveer más oportunidades de auto-ayuda; las familias y comunidades pueden mejorar su bienestar con dignidad.

Es así, como SHARE de Guatemala nace el 1 de Septiembre de 1987; desarrollando diversos programas, actualmente, integrados en 6 áreas estratégicas:

Área de desarrollo humano

Área de desarrollo empresarial

Área de gestión de riesgos

Servicios Clínicos

SHARE España

Área de Volunturismo

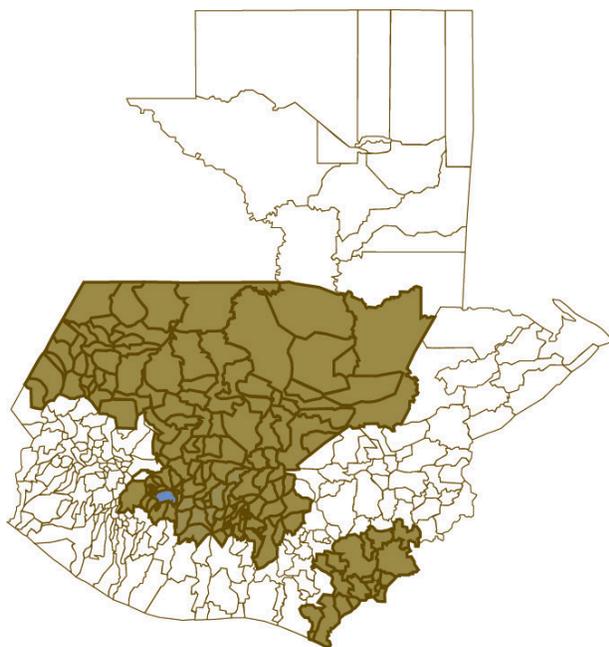


Entrada a Asociación SHARE Guatemala.
 Foto: Gladys Lorena Claudio Ordóñez, 2010.



2.1.6 Áreas Estratégicas (Servicios)

Los servicios que brinda SHARE se orientan a las comunidades rurales, en los departamentos de Guatemala, Jutiapa, Baja Verapaz, El Quiché, Huehuetenango, Chimaltenango, Sacatepéquez, Sololá en donde apoyan a hombres, mujeres, niños y familias de varios municipios.



SHARE Guatemala

Área de Desarrollo Humano

Programa de Seguridad Alimentaria Mejorada
Tiene como objetivo mejorar la seguridad alimentaria de las familias guatemaltecas altamente vulnerables del área rural.

Mejorar la nutrición y salud de niños de 0-36 meses, madres amamantando y mujeres embarazadas.

Mejorar la producción de alimentos, de ingresos económicos y el manejo de recursos de las familias participantes.

Fortalecer la capacidad de las comunidades para manejar su propio desarrollo y gestionar riesgos.

Mejorar la Infraestructura Básica Comunitaria.



Uniformidad de la producción en el macro tunel.
Foto: SHARE Guatemala, 2009.

Programa de Educación

Esta diseñado para apoyar el fortalecimiento sostenible de la calidad de educación primaria y pre-primaria, y la cobertura de alimentos escolares, en las zonas rurales más vulnerables del país.



Aumentar la inscripción de estudiantes de pre-primaria y primaria de áreas rurales en extrema pobreza.

Mejorar la asistencia de estudiantes de preprimaria y primaria de áreas rurales en extrema pobreza.

Aumentar la participación de los padres en las escuelas primarias en donde asisten sus niñas y niños.

Proveer material didáctico y útiles a escuelas en extrema pobreza.

Mejorar la nutrición y la salud de estudiantes a través de la dotación de alimentación, administración de micronutrientes y desparasitantes.



Niños preparando terreno, San Sebastian.
Foto: SHARE Guatemala, 2009.

Área De Desarrollo Empresarial

Programa de Desarrollo Empresarial
Generar oportunidades de desarrollo empresarial que contribuyan al crecimiento económico de nuestros clientes y a la autosostenibilidad institucional.

Área De Gestión De Riesgos

Programa de Fortalecimiento de las Capacidades Locales para la Prevención de Riesgos a la Seguridad Alimentaria
Fortalecer la capacidad de respuesta de las autoridades y la población de los municipios de cobertura en la Gestión de Riesgos, para la prevención, respuesta y rehabilitación de desastres.

Programa de Fortalecimiento de Capacidades Municipales para la Gestión de Riesgos a Desastres

Mejorar las capacidades municipales y locales para el manejo del riesgo y respuesta coordinada ante desastres.

Programa de Asistencia Alimentaria a las Familias Afectadas por la Sequía en Guatemala

Contribuir a reducir la inseguridad alimentaria de las familias en pobreza y pobreza extrema afectadas por la sequía.

Proveer asistencia alimentaria a las familias de las comunidades más vulnerables.

Recuperar nutricionalmente a los niños que se encuentran en estado de desnutrición aguda moderada y severa.

Apoyar la reactivación del ciclo de producción agrícola de los productores de subsistencia.



Servicios Clínicos

Área de Servicios Clínicos

Brindar servicios médicos para mejorar la calidad de la salud de la población de San Martín Jilotepeque.

SHARE España

Sensibilizar a la población española para solidarizarse con el desarrollo social y económico de las familias que están en situación de vulnerabilidad del área rural de Guatemala.

Áreas Estratégicas:

Cooperación para el Desarrollo
Sensibilización



Exposición de fotos *La mujer en Guatemala, una visión emprendedora.*
Foto: SHARE España, 2009.

Área De Volunturismo

Programa Guatemala VolunTours™

Busca la participación directa de visitantes extranjeros en su mayoría, en proyectos a corto plazo, combinando durante su estadía convivencia y apoyo, actividades turísticas, observación y reflexión en temas de interés sobre el país. Es una oportunidad de conocimiento de doble vía sobre la riqueza cultural de ambas partes. Los turistas colaboran en la ejecución de proyectos en la comunidad anfitriona.

Actividades:

- Contacto internacional de grupos.
- Acuerdo de visita con la comunidad anfitriona.
- Realización de la visita y actividades de voluntariado.
- Realización de actividades recreativas de los visitantes.



Ceremonia de Bienvenida a Loyola.
Foto: SHARE Guatemala, 2011.



Un Poco de Historia de VolunTours...

En el año 2007 el programa VolunTours™ era manejado por Elisa Sabatini junto con la institución Vía Internacional, promocionado en Estados Unidos para que turistas de algunos estados realizarán turismo comunitario en las Fronteras de Mexicali y Tijuana. Por lo que ese mismo año, a Elisa Sabatini le surge la inquietud de proponer la dinámica del proyecto a Asociación SHARE Guatemala. En ese entonces, el contacto directo en Guatemala, fue con Dana Paz, que formaba parte de la Dirección Ejecutiva de dicha organización.

Es así como en el año 2008, arranca en SHARE Guatemala-Vía Internacional, el programa bajo el nombre Turismo Solidario, con destino a San Martín Jilotepéque, iniciando con 3 grupos pilotos:

En enero, viene el primer grupo, conformado por estudiantes de la Universidad Estatal de los Estados Unidos. El segundo grupo piloto arriba a Guatemala en el mes de mayo, siendo estudiantes de una Universidad Privada de los Estados Unidos. Y, en el mes de Junio, el tercer grupo es integrado por estudiantes de High School. Fueron beneficiados los proyectos de las comunidades de Candelaria, Choatalún y Lo De Silva.

Durante el año 2009, el proyecto se hace oficial, recibiendo a 8 grupos de turistas.

Vía Internacional promociona el proyecto en Estados Unidos, muy conocido en algunas ciudades con el nombre VolunTours™; razón de peso por la que se decide cambiar el nombre de Turismo Solidario por Guatemala VolunTours™.

Clientes de VolunTours™

Externos: grupos de estudiantes/personas nacionales o extranjeros.

Internos: Comunidades participantes en programas de SHARE.

2.2 Grupo Objetivo

Se plantea, que dicho grupo objetivo sea identificado a través los siguientes rasgos distintivos:

2.2.1 Perfil Geográfico

Habitantes de las zonas 9, 10, 13, 14, 15 y 16 de la ciudad capital, carretera al Salvador, San José Pinula, Santa Catarina Pinula. Algunas colonias de San Cristobal (Mixco) y Antigua Guatemala.

Según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística, XI Censo de Población 2002. La población de las zonas 9, 10, 13, 14, 15 y 16 de la ciudad de Guatemala, está constituida por 92,944 habitantes. Antigua Guatemala integra una población de 11,910 habitantes.

2.2.2 Perfil Demográfico

Edad: 20 a 38 años

Género: Masculino / Femenino

Nacionalidad: Guatemalteca



Nivel Educativo: Nivel Medio / Nivel Universitario / Nivel Superior, algunos con Post Grados.

Estado Civil: Solteros, unidos, casados.

Ocupación: Estudiantes universitarios, integrantes de organizaciones, grupos, corporaciones, asociaciones y ong's. Empleados administrativos de alto nivel, ejecutivos de empresas privadas o públicas, dueños de medianas empresas.

Religión: Católico, protestante u otro.

Idiomas: Español y/o inglés.

Nivel Socioeconómico: clase media alta, alta.

Ingreso: Un promedio de Q. 16,500.00 a Q. 36,600.00 al mes.

2.2.3 Perfil Psicográfico

Las características psicosociales de nuestro grupo objetivo, están determinadas por lo siguiente:

- Personas sumamente influenciadas por la moda.
- Los medios de comunicación y la tecnología forman parte de su vida cotidiana, para formación académica, laboral y de ocio.

- Los medios de comunicación, son gran influencia en sus gustos y preferencias.
- Se basan en Internet como fuente de información para su decisión de compra.
- Constantemente se encuentran actualizados con la tecnología.
- Los medios para informarse, en el orden más utilizado son: internet, T.V., amigos y familiares, prensa, revista, trifoliales y otros medios impresos, publicidad exterior y radio.
- Las relaciones laborales se enfocan a convenciones, eventos.
- Sus tiempos libres los pasan con su familia, comparten con sus amigos.
- Le gusta salir a bailar, a comer, ver películas, estudian o trabajan o hacen ambas.
- Viajan al exterior y al interior del país a lugares de descanso.
- Les gusta vivir bien, tener comodidades.
- Disponen de todos los bienes de confort.



Capítulo 3

3.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el tema

A continuación se desarrollan los temas y conceptos que integran las actividades del programa, así como también el proyecto a desarrollar.

3.1.1 Turismo

En 1911, Schullern zu Schrattenhofen, define el turismo como: *"Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, país o estado. Enfocando en dicha definición el factor económico y no analizando el aspecto social"*.

Schwink y Bormann pretenden completar la definición con las motivaciones principales del viaje, concepto de temporalidad y espacio vital; Schwink, en 1930, lo define como: *"Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier otro motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión"*. Para Bormann, Turismo es: *"El conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer,*

o por motivos comerciales, profesionales u otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual, es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo".

Margenroth, en su **Diccionario Manual de Economía Política**, define así al turismo: *"Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura o para llevar a cabo deseos de diversa índole únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales"*. Definición que destaca que la presencia del elemento sociológico es importante, pues se orienta hacia la diversidad de necesidad que habrá de satisfacer la industria turística, así como la proyección económica del fenómeno turístico.

El Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, preocupado por definir al turismo sin ambigüedad alguna y precisar todo el contexto definido; se ha interesado en la distinción del fenómeno social del desplazamiento humano temporal y



Lago de Atitlán, Sololá. Foto: Gladys Lorena Claudio Ordoñez, 2012.
Torre Centroamericana, Sololá. Foto: Gladys Lorena Claudio Ordoñez, 2012.

de la industria que lo explota con una finalidad económica, considerando al turismo como un sistema. El "Sistema Turismo" representará: *"Un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes"*.

En el Congreso Internacional de Sociología celebrado en México en 1965 se le definió así: *"Conjunto de interacciones humanas, como transportes hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones"*.

Definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT): *"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros"*.

(OMT. Introducción al turismo. Madrid, 1998, p. 44)

3.1.2 Turismo Cultural

Tipo de turismo constituido por personas que se desplazan con el objeto de autoeducarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a sitios de alto valor cultural.

3.1.3 Turismo Social

El III Congreso Interamericano de Turismo celebrado en 1949 lo define como *"El que interesa al Estado en su función de promotor del bien público, en un plano que va más allá de la ventaja individual de los participantes y de la ventaja económica que puede surgir en los lugares donde se realiza"*.

La I Asamblea Nacional de Turismo, celebrada en España en 1964 lo define como *"La actividad turística de una masa de población que necesita de ayuda económica y técnica para efectuar viajes y excursiones, a través de programas elaborados por Organismos, Entidades y Empresas que faciliten en forma directa e indirecta la práctica de tal actividad"*.



D'Alauro define que el turismo social es *"El que se dirige a las clases con menos fortuna como los trabajadores, persiguen una finalidad exclusivamente social en lo que se refiere a la elevación cultural y espiritual de los trabajadores, así como una finalidad económica, puesto que al elevar el bienestar físico de los mismos, ellos rinden con más aptitud en el ejercicio de sus actividades productoras"*.

Según los Congresos Internacionales de Turismo es *"El conjunto de relaciones y fenómenos que se originan de la participación en el turismo de las capas de población económicamente más débiles, así como el conjunto de medidas especiales por medio de las cuales dicha participación se hace posible y se facilita"*.

3.1.4 Turismo Comunitario

Tres ideas básicas forman el concepto de turismo comunitario:

1. Se trata de una actividad económica, puesto que mueve los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del turista.
2. Sus prestadores son y deben ser miembros de una Comunidad. Los agentes concretos que prestan los servicios a los/as visitantes, son las personas que forman parte de una comunidad.

3. Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad. El turista convive con los miembros de la comunidad, en razón de que el atractivo radica en su participación en forma activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su etnografía y su patrimonio natural y cultural.
4. Se define como: *"...la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados"*.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario, 2010)



Trabajo comunitario Franckis Parker High School.
Foto: SHARE Guatemala, 2011.



3.1.5 Directrices de Turismo Comunitario en una sola mirada

A Reflexionar acerca de si el turismo es una opción apropiada

- 1 Considerar la ventaja potencial para la conservación
- 2 Verificar las condiciones previas para el ecoturismo
- 3 Adoptar un enfoque integrado

B Planificar el turismo con las comunidades y otros grupos interesados

- 4 Encontrar la mejor forma de incorporar a la comunidad
- 5 Trabajar juntos en una estrategia común
- 6 Salvaguardar la integridad ambiental y cultural

C Elaborar proyectos viables de turismo comunitario

- 7 Garantizar el realismo comercial y la promoción efectiva
- 8 Entregar productos de calidad

D Aumentar los beneficios para la comunidad y el ambiente

- 9 Manejar los impactos
- 10 Suministrar apoyo técnico
- 11 Obtener el apoyo de los visitantes y operadores de viajes de turismo
- 12 Monitorear el rendimiento y asegurar la continuidad

(Denman, 2001, p. 28)



3.1.6 Organización No Gubernamental

De forma genérica, se puede decir que es una entidad privada y por tanto independiente de la Administración pública, que surge a partir de la iniciativa ciudadana para el beneficio de la comunidad y sin fines lucrativos. Son conocidas bajo las siglas ONG que corresponden a Organización No Gubernamental.

Desarrollan un trabajo con recursos económicos públicos recibidos a través de subvenciones o convenios y con los recursos propios que generan las cuotas de las personas que son socias.

Respetando la diversidad y la capacidad de autogobierno de cada entidad, las ONG han de reflejar una serie de características en su organización:

- Transparencia.
- Austeridad.
- Optimización de recursos.
- Profesionalidad.

Pero las bases esenciales que guían la organización de las Organizaciones No Gubernamentales son los valores. Este auge de valores como la solidaridad, el altruismo y la ayuda mutua parecen contrastar con el creciente individualismo y el culto a los bienes materiales.

La expresión Organizaciones no Gubernamentales (ONG) nació a raíz de la invitación recibida por algunas organizaciones sociales por parte de la ONU en la década de

1960, para asistir sus asambleas como invitadas. Dado que la ONU es una organización de estados se buscó diferenciar los niveles. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) una Organización No Gubernamental es *“cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común”*. Es así como las Organizaciones No Gubernamentales llevan a cabo servicios humanitarios, sirven como mecanismo de alerta y apoyan la participación política a nivel de comunidad.

Estructura Legal

Existen dos figuras reconocidas en las que se engloban las Organizaciones No Gubernamentales: fundaciones y asociaciones. Pero no todas ellas son consideradas organizaciones no gubernamentales.

Fundaciones

Son organizaciones privadas constituidas por un grupo de personas que conforman el patronato y que marcarán las líneas de actuación de la entidad; el patronato es el responsable de la toma de decisiones. Las fundaciones, han de presentar una memoria técnica y económica al protectorado del que dependan.

Habitualmente, aunque no de manera obligatoria, las fundaciones se constituyen con un patrimonio inicial para el desarrollo de sus actividades.



Asociaciones

En las asociaciones, el máximo órgano de representación es la asamblea de socios y socias. En ella se elegirá a la junta directiva para gestionar los acuerdos en cuanto al programa, el presupuesto y otros temas de interés decididos por la asamblea.

Otras estructuras organizativas muy habituales en el ámbito de las Organizaciones No Gubernamentales, son las federaciones, coordinadoras y redes, entre otras. Tienen una legislación igual a la de las asociaciones y recogen a varias entidades legalmente constituidas que comparten fines y ámbitos de actuación comunes.

3.1.7 Voluntariado

El voluntariado constituye la mayor riqueza de las Organizaciones No Gubernamentales. Los voluntarios y voluntarias son la fuerza de la entidad, tanto en la toma de decisiones como en el desarrollo del trabajo.

En la actualidad, el voluntariado puede definirse como un modo de entender las relaciones interpersonales y mundiales, de desarrollar el derecho a la participación, de implicarse en la construcción de formas más o menos reivindicativas de los cambios sociales, y de construir redes solidarias en el seno de la democracia.

Las motivaciones del voluntariado pueden ser muy diferentes: humanitarias, socio-políticas, religiosas. Pero, en todo caso, su característica esencial es que participan de forma no remunerada.



Trabajo comunitario Loyola.
Foto: SHARE Guatemala, 2010.

3.1.8 Voluntario

Es el facilitador que forma parte de un propósito participativo con un objetivo común. Posee la voluntad, la motivación y la habilidad de apoyar a las instituciones, de contener a otros, de ejecutar acciones para generar cambios y motivar una mejor calidad de vida. La capacidad para percibir y conectarse con las necesidades del contexto social, la disposición a la integración e interacción, el compromiso solidario y altruista y el ser proactivo en la resolución de los posibles conflictos.

3.1.9 Turismo Comunitario en Guatemala

Guatemala es el país de Centroamérica, y uno de los de América Latina, que cuenta con un mayor porcentaje de población indígena. Según datos de SEGEPLAN de 2005, la proporción de



población indígena alcanzó el 43% de la población total del país. Su distribución se realiza entre una gran diversidad de grupos étnicos: existen 22 grupos descendientes de los pueblos mayas, pero también de los garífunas, xincas y ladinos. Esto significa que el país posee una diversidad cultural, idiomática y cosmogónica de una basta riqueza, que lo diferencia de otros países. Las manifestaciones culturales relacionadas a indumentaria, forma de vida, color local y condiciones de vida tradicionales, en conjunto con sitios arqueológicos prehispánicos y coloniales han representado la carta de presentación de la nación a través de las décadas de 1970, 1980 y 1990.

Desde finales de la década de 1980, surgen los proyectos de cooperación internacional de colaboración directa con el gobierno guatemalteco, así como también gran cantidad de Organizaciones No Gubernamentales, financiadas en gran parte por fondos provenientes de países desarrollados con la intención de realizar proyectos encaminados al desarrollo. En estos casos, el turismo también es considerado dentro de varias iniciativas, como el caso de la Fundación Defensores de la Naturaleza en los planes de conservación de la Reserva de Biosfera de Sierra de las Minas y la Reserva de Vida Silvestre Bocas del Pochic en el período 1995-2000; o la Fundación ProPetén con una iniciativa de giras ecológicas con base comunitaria en los años 1998-2003.

En el año 2004, la Organización Internacional de Trabajo (OIT) convoca en la ciudad de Guatemala, el primer Encuentro Consultivo de Turismo Comunitario, realizado en el mes de septiembre. Como resultado de este encuentro, se establecen criterios para propiciar esta modalidad de turismo de una manera oficial, involucrando a comunidades rurales, universidades, sector privado y Organizaciones No Gubernamentales. Al año siguiente, se conforma la Federación Nacional de Turismo Comunitario (FENATUCGUA), integrada por diferentes proyectos turísticos comunitarios, bajo la ayuda y colaboración de CAMTUR, el INGUAT y la OIT. A partir de este momento, se adopta la definición de "Turismo Comunitario" establecida por la Red de Turismo Comunitario de América Latina (REDTURS) auspiciado por OIT; la cual lo precisa como *"el conjunto de emprendimientos de propiedad y autogestión comunitaria que operan bajo los 7 principios de ser socialmente solidarios, ambientalmente responsables, culturalmente enriquecedores y económicamente viables."*

(REDTURS-OIT, 2003)



Ceremonia Maya.
Foto: Gladys Lorena Claudio Ordóñez, 2012.



A partir del año 2005, surge la necesidad de contar con estadísticas para tener datos de los resultados del esfuerzo conjunto entre las comunidades, entidades cooperantes e INGUAT, para estimular la cooperación y la inversión en las comunidades que promueven este segmento turístico.

Actores intervinientes en el Turismo Comunitario de Guatemala

- Comunidades
- Comunitarios: como grupos de interés
- Turistas nacionales y extranjeros
- Tour Operadores
- Guías
- Prestadores de Servicios
- Comité de Autogestión Turística (CAT)

Actores locales: como artistas, actores, artesanos, cofradías, grupos culturales, asociaciones, casas de la cultura, iglesias, guías espirituales entre otros.

- Municipalidades
- Consejo de Ancianos
- Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES)
- Consejos Municipales de Desarrollo (COMUDES)
- Consejos Departamentales de Desarrollo (CODEDES)
- Organizaciones No Gubernamentales (ONG's)
- Centros de aprendizajes de idiomas
- Medios de Comunicación
- Estado y sus instituciones públicas, especialmente del organismo particular énfasis en el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).



Trabajo comunitario en la Joya - El Molino, SMJ, Centro Cultural la Azotea, Finca Filadelfia, Antigua Guatemala. Fotos: SHARE Guatemala, Gladys Claudio, 2010-2011.



3.1.10 Chimaltenango

Chimaltenango es un departamento que ha jugado un papel importante en la historia de Guatemala, desde los tiempos prehispánicos hasta nuestros días.

En esta región en los tiempos prealvaradianos, se fundó y floreció Iximché, el gran centro ceremonial del Señorío Kaqchikel. Donde los conquistadores españoles, el 25 de julio de 1524, fundaron la primera capital de Santiago de los Caballeros de Guatemala.

Chimaltenango ha sido la cuna de poetas, talentosos escritores, escultores, célebres pintores y famosos músicos entre los que destaca el inmortal Maestro Rafael Alvarez Ovalle, autor de la música del Himno Nacional de Guatemala, quien nació en Comalapa.

3.1.11 San Martín Jilotepeque

Municipio del departamento de Chimaltenango.

Nombre geográfico oficial

San Martín Jilotepeque.

Etimología de Jilotepeque

Del náhuatl xilotl = mazorca de maíz tierno, o elote; y tepetl = cerro, lo que daría "Cerro del maíz tierno o de elotes".

Ubicación, extensión territorial y límites

Está ubicado en el extremo Norte del Departamento de Chimaltenango y es límite con los Departamentos de El Quiché, Baja Verapaz y Guatemala.

Su extensión territorial es de 251 km², con los siguientes límites: al Norte, los municipios de Joyabaj (El Quiché) y Granados (de Baja Verapaz); al Sur, Chimaltenango y Comalapa; al Este, Chimaltenango y San Juan Sacatepéquez (Guatemala) y al Oeste, Comalapa y San José Poaquil.

Integración Territorial

San Martín Jilotepeque, que es la Cabecera del Municipio, tienen 12 aldeas que son: Choatalun, Las Escobas, Las Lomas, El Molino, Patzaj, Estancia de la Virgen, Estancia de San Martín, Chijocon, Varituc, Quimal, Xesuj y Xejuyu. Los caceríos son 148 distribuidos en 12 aldeas y el casco urbano. San Martín Jilotepeque es el Municipio de mayor extensión territorial del Departamento de Chimaltenango.

Alturas, distancias y vías de comunicación

Las alturas varían entre 1,100 y 1,900 metros, sobre el nivel del mar.



Distancias

El municipio está ubicado a 75 Kms. de la capital de la República siguiendo la carretera interamericana CA-1, que se encuentra totalmente asfaltada y de Chimaltenango, la cabecera del departamento, a una distancia de 18.5 Kms.

Cuenta también con caminos de terracería, roderas y veredas que unen a sus poblados y propiedades rurales entre sí y con los municipios vecinos.

Dentro de un programa de acción cívico-militar, en diciembre 1973 abrió la Escuela Politécnica una brecha de 2½ Kms. de longitud entre la aldea Simajuleu (Municipio Comalapa) con San Martín Jilotepeque, que ahorra unas tres horas de camino a los habitantes de ambas comunidades y logra un enlace más directo entre las mismas.

Topografía, orografía e hidrología

Su territorio es generalmente accidentado, registrando considerables elevaciones en diferentes direcciones, entre las que pueden mencionarse, La Montaña de Santa Inés, Cerro Jolomax, Cerro Cujquilay, Cerro Chochic y Cerro Los Positos. Se encuentran también grandes planicies y pintorescos valles cultivables. Riegan su suelo varias corrientes fluviales menores (Quebradas) y otras mayores, entre éstas el Río Quemayá, el Río Pixcayá, Blanco del Sargento, Pachum y el Río Grande o Motagua, que atraviesa el Municipio en la parte Norte.

Integración Económica

El factor más importante en la economía de este Municipio es la agricultura, sus principales cultivos son: maíz, frijol, trigo y café, que se explotan

en gran escala, cultivándose también legumbres, hortalizas y frutas en gran variedad.

Ganadería: se atiende la crianza de ganado bovino, porcino y aviar. Últimamente se ha instalado granjas avícolas de gran producción, así como otras dedicadas a porcinos de alto rendimiento. Complementan la economía del Municipio varias industrias tradicionales de tejidos típicos y otras artesanías, pues sus habitantes poseen gran vocación y habilidad artesanal.

Servicios

Cuenta con servicios públicos de: Agua potable, drenajes, energía eléctrica, centros de salud, teléfonos, centros de enseñanza, Mercado Municipal, Canchas deportivas, Rastro de Ganados y Cementerio General.

Integración Social

Población, según el último Censo General de 2002, el Municipio de San Martín Jilotepeque registra una población total de 58,578, integrada por 30,460 mujeres y 28,117 hombres, pero la población estimada en el año 2006 por el Instituto Nacional de Estadística, asciende a 73,000 habitantes.

Aspecto Social

El núcleo familiar tiene promedio de 5 miembros, pero hay familias más numerosas. La población indígena es de origen Cakchiquel, cuya lengua hablan entre sí, además del español. La indumentaria de los hombres no difiere de la del ladino, en tanto las mujeres usan vistosos trajes típicos, a veces tejidos por ellas mismas.

Son sus habitantes, en general, muy laboriosos, de sanas costumbres con gran vocación



agrícola y artesanal, muy apegados a sus antiguas tradiciones, observándose un gran espíritu de solidaridad social, como sucede en estas antiguas comunidades, vinculadas por parentescos, añeja amistad o relaciones de trabajo.

3.1.12 Referencia Histórica de San Martín Jilotepeque

Se ignora, por ahora, si el poblado fue fundado durante el período indígena y el nombre que tuvo.

Se sabe que ya durante el período hispánico, puesto bajo la advocación de San Martín de Tours y con el nombre náhuatl de Jilotepeque o Xilotepeque, fue uno de los primeros que fueron reducidos.

Aunque Manuel Pineda Mont en su Recopilación de Leyes, 1869, indicó que por decreto de la Asamblea se le concedió al pueblo el título de Villa el 12 noviembre 1825, Alejandro Marure (Catálogo Razonado de Leyes de Guatemala), manifestó que fue el 29 octubre de ese año. Efectivamente, el original del decreto 63 que se ha tenido a la vista en el Archivo General de Centroamérica, emitido por la Asamblea Constituyente del Estado de Guatemala es del 29 octubre 1825. El 10 noviembre pasó del Consejo Representativo al Jefe de Estado y, en esa misma fecha, fue devuelto, debidamente

sancionado. La Asamblea lo publicó en su sesión pública del 11 noviembre 1825. En 1826 y durante cuatro días se reunió en la cabecera el Poder Legislativo, siendo Vicejefe del Estado en ejercicio Cirilo Flores, con motivo de los acontecimientos políticos entonces imperantes. Es decir, que durante esos días fue prácticamente la capital del Estado. El hecho se recuerda en una placa de mármol colocada en los muros del salón de lo que fuera Casa Real, frente al parque de la cabecera. En esa época, se adoptó su escudo de armas.

Religión

Se practican las religiones católica y evangélica, siendo mayoritaria la primera, con más arraigo y tradición. Ambas cuentan con sus respectivos templos.

Festividades

Todas las efemérides nacionales son conmemoradas con mucho entusiasmo cívico y ocurren durante el año varias festividades, entre la que se destaca la:

Fiesta Titular: 11 de Noviembre.

Patrono: San Martín de Tours.

Celebrada durante los días del 9 al 12 de noviembre, ofreciendo solemnes ceremonias religiosas e interesantes eventos sociales, culturales y deportivos, así como los famosos bailes típicos,



plenos de gracia y colorido, amenizados con las notas melancólicas de la marimba, el tun, el tambor y la chirimía, como expresión auténtica de ancestrales vivencias cakchiqueles. Durante estas celebraciones puede degustarse también el delicioso subanik (recado especial de carnes) plato típico y original de San Martín, muy apetecido y de gran fama en toda la República.

Arte y Artesanías

Escultura - Joyas

En la iglesia se han conservado varias joyas y reliquias del período hispánico, como un tabernáculo de plata maciza; una imagen de San Martín de Tours, patrono del pueblo, tallada por un artista guatemalteco cuyo nombre no se ha podido a la fecha fijar con certeza aunque se supone sea por 1660, así como un Cristo de cuero de tres pies de alto, hecho asimismo en el país y que se guardaba en la sacristía. También se encuentran algunas esculturas del período indígena tanto en el convento parroquial como en varias esquinas de las calles, procedentes indudablemente del sitio arqueológico Mixco Viejo.

Mercados

Es uno de los mercados más importantes de la región de Chimaltenango, por ser grande abastecedor para sus respectivas regiones. Se realizan los días jueves y domingos.

Tejidos

Se elaboran de algodón y constituyen el vestuario normal de las mujeres.

Cestería

Comprende el tejido de fibras duras, semiduras y largas como el mimbre, vara y carrizos para producir cuerdas, esteras, canastas y variedad de recipientes.

Jarcia

Desde tiempo muy antiguos, el hombre se vio en la necesidad de transportar sus productos de un lugar a otro sobre el lomo de mulas y caballos, para lo cual se valía de redes, bolsas arganas (que consisten en dos bolsas entre tejidas una con la otra), en algunos lugares lejanos de Oriente se conocen con el nombre de alforjas o arganías.

Se elaboran artesanías como bolsas que son útiles para llevar productos que se adquieren en lugares lejanos. Los campesinos las usan para llevar su merienda al campo en donde realizan labores agrícolas. Se elaboran hamacas para descansar y redes para llevar carga.



Mujer Tejedora, SMJ.
Foto: Juan Carlos Rivas,
proporcionada por SHARE Guatemala, 2010.



Producto de metal

En el rubro del hierro se producen balcones, faroles, tocadores, aldabones y lámparas, las cuales se han transmitido por generaciones familiares hasta la época actual.

Cuero

Las técnicas empleadas en el trabajo y decoración de los cueros son:

Repujado: Arte de labrar el cuero por martilleo, para obtener figuras en relieve en una de sus caras.

Pirograbado: Arte de decorar el cuero por medio de una punta metálica incandescente.

Incrustación: Con esta técnica se forman dibujos en superficies duras y lisas.

Incisión: Es la hendidura que se realiza con instrumentos cortantes. Entre los objetos que se elaboran del cuero podemos mencionar, bolsas de cuero, portanavajas, respaldos para automóvil y arganías.

Pirotecnia

Utiliza como materia prima la pólvora, de la cual se elaboran paquetes de coheteros, ametralladoras de uno o más metros de largo, que llevan al final una pequeña bomba la cual al explotar produce un gran estruendo. También se fabrican canchinflines, escupidores y buscaniguas. Estas artesanías son utilizadas en las fiestas familiares.

En las fiestas cívicas y religiosas se usan bombas voladoras, cohetes de vara, toritos y castillos. En estas fiestas, por ser de comunidad, participa toda la gente.

Lugares de Atracción Turística

Sitio arqueológico estudiado y restaurado de Mixco Viejo, con fácil vía de acceso a la antigua fortaleza Pocoman. Las Ruinas de Mixco Viejo fue una de las dos grandes capitales Kaqchiqueles. Sitio arqueológico de gran interés donde se respira paz y espiritualidad.

Se encuentra también a 3 Kms. de San Martín, el Balneario Ojo de Agua de aguas cristalinas, lugar muy pintoresco, con instalaciones que proporcionan confort al visitante.

San Martín Jilotepeque, también cuenta con parajes de insólita belleza natural en diferente direcciones de su extenso territorio.



Balneario Ojo de Agua, SMJ
Foto: SHARE Guatemala, 2010.



3.2 Conceptos Fundamentales de diseño

A continuación se desarrollan en forma concreta los conceptos técnicos relacionados con el desarrollo del proyecto.

3.2.1 Objetivos de Comunicación

Los objetivos son simplemente lo que el cliente espera conseguir cuando encarga un trabajo de diseño, y es importante que se entienda perfectamente y se “adapte” al planteamiento del diseño.

Los objetivos se deben especificar de modo que el equipo de diseño sepa qué hay que lograr. Mediante preguntas sencillas al cliente, se llega al fondo de la cuestión para centrarse en lo que éste espera, cuáles son los límites del proyecto y qué material debe entregarse.

“Las cinco preguntas” (tomadas del ámbito periodístico) son una serie de cuestiones que, cuando se formulan, deben obtener respuestas concretas basadas en datos que son necesarias para definir adecuadamente el trabajo de diseño. Son las siguientes: quién, qué, cuándo, dónde y por qué (a menudo, se añade cómo al final de esta lista). Al hacer preguntas de este estilo, se obtienen detalles que el equipo de diseño puede usar durante todo el proceso de diseño e identifica las restricciones fundamentales con las que debe trabajar.

3.2.2 Estrategias de Comunicación

Las estrategias son las acciones que se deberán de llevar a cabo a fin de alcanzar los objetivos de comunicación. La creación de estrategias deberá de tomar en cuenta el conocimiento de la temática, del grupo objetivo, el conocimiento de los canales de comunicación que ya existen entre el target y la competencia, así como la tendencia actual en cuanto a los medios de comunicación visual, del contexto, es de suma importancia para el diseño de estrategias eficientes. La estrategia de comunicación puede representarse por medio de un cuadro que incluya: objetivo, estrategia y tácticas.

3.2.3 Concepto Creativo

Es una formulación construida para sintetizar todos aquellos elementos que permiten transmitir la diversidad de información y la profundidad de comunicación que el cliente desea establecer con su mercado. En el papel de uso comunicativo, el concepto surge de la codificación sintetizando los factores de estímulo, las apelaciones y los argumentos suficientes para impactar y crear expectativa en la mente del grupo objetivo y se fundamenta en el carácter del producto, del cliente, del mercado y por supuesto, de la marca. Es una idea básica en la que se debe basar el mensaje. Indica la línea creativa de la



campaña, esto es, cómo se va a contar al público los beneficios del producto. Empleando el análisis de Christian Regouby, la trascendencia de los conceptos se puede establecer a partir de tres dimensiones:

- a. La profundidad: Raíces culturales del concepto.
- b. La amplitud: Aplicaciones del concepto.
- c. La perennidad: Duración del concepto.

3.2.4 Técnicas Creativas

Las ideas de diseño pueden ser estimuladas y generadas mediante diversos métodos, técnicas y puntos de referencia que permiten que la creatividad prospere y produzca resultados de manera sistemática como parte de una actividad económica.

Mapa Mental

Tony Buzan es el creador de esta técnica de organización de las ideas desde los años 70. Los mapas mentales son una forma de organizar y generar ideas por medio de la asociación con una representación gráfica.

“Un Mapa mental es la forma más sencilla de gestionar el flujo de información entre tu cerebro y el exterior, porque es el instrumento más eficaz y creativo para tomar notas y planificar tus pensamientos”.

(Buzan, 2004, p. 28)

Los mapas mentales son muy útiles para:

- Generar ideas.
- Organizar la lluvia de ideas.
- Resumir conceptos.
- Ayudarnos en el proceso de asociación de imágenes y palabras.
- Delinear el marco del diseño.
- Condensar material en una forma concisa.
- Ayuda a mejorar la creatividad.
- Abre paso a una creatividad única.
- Organizar información
- Solucionar problemas (En el diseño y comunicación existen metodologías como la de Bruno Munari para ello, pero los mapas mentales pueden ser un muy buen complemento)
- Estudiar
- Concentración
- Mejorar la comunicación en un equipo de trabajo
- Planeamiento
- Toma de decisiones



Es muy sencillo realizar un mapa mental, sólo necesitamos colocar la idea principal o palabra clave en el centro de una hoja de papel o en algún programa especializado (freemind es uno). A continuación añade todas las ideas que relaciones a esa palabra o idea por medio de ramificaciones y líneas, estas a su vez te permitirán estructurar toda esa lluvia de ideas. Trata si es posible en todo este proceso utilizar la mayor cantidad imágenes y colores, te ayudaran a una mejor retención de información.

Lluvia de ideas

Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination". Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas. Busca generar muchas ideas diferentes que posteriormente se reducen a unas pocas posibilidades para su posible desarrollo.

Etapas del proceso:

1. **Calentamiento:** Ejercitación y planteamiento del problema o tema.
2. **Generación de ideas:** Aportar todas las ideas que se ocurran de acuerdo al problema planteado y guardando las siguientes reglas:
 - Toda crítica está prohibida
 - Toda idea es bienvenida
 - Tantas ideas como sea posible
 - El desarrollo, asociación y perfeccionamiento de las ideas es deseable.

3. **Trabajo con las ideas:** Las ideas existentes pueden mejorarse mediante la aplicación de una lista de control; también se pueden agregar otras ideas. Osborn recomienda el empleo de preguntas. Se clasifican, organizan y seleccionan las mejores ideas.
4. **Evaluación:** Se establece los criterios con los cuales evaluar las ideas, para encontrar la idea que brinda la mejor solución. Uno de los criterios es el FAN, Factible, Atractivo y Novedoso.

3.2.5 Grupo Focal

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos muy usada en la investigación de mercados. La técnica es sencilla y versátil. Consiste en reunir a varias personas para discutir en grupo un tema predeterminado que interesa al investigador.

Se invita a varios voluntarios o se contratan personas de características similares (niños, jóvenes, mujeres, ancianos), se les pide que hablen del tema que interesan al investigador, se les escucha, se toma nota de sus dichos y se sacan las conclusiones que procedan.

Etapas del Grupo Focal

1. Defina los objetivos del estudio, para que desde allí plantear:
 - Un guión de desarrollo del Grupo Focal.
2. La guía de temáticas - preguntas a desarrollar en la actividad.



3. Definir los participantes del Grupo Focal.
4. Desarrollo de planificación de la actividad y preparación de instrumentos - preguntas estímulos.
5. Selección del moderador y observador.
6. Reunión.
7. Interpretación y proceso de análisis de la información obtenida.

3.2.6 Campaña Publicitaria

“Es un conjunto de acciones publicitarias planificadas y desarrolladas durante un período determinado con el fin de lograr unos objetivos publicitarios previamente establecidos”.

**(Termcat, 1999, p. 44.)*

El conjunto de elementos de una campaña publicitaria debe comunicar un único mensaje y debe mantener una estructura sólida en su lenguaje, mediante una coherencia conceptual, verbal, gráfica y otros elementos incluidos en el mensaje.

(Curto, 2008, p. 51)

En el diccionario de la publicidad, la definen como el conjunto de acciones de comunicación publicitaria programadas en cuanto a objetivos, público, duración, medios, soportes y presupuestos.

(Gutiérrez, 2005, p. 48)

3.2.7 Proceso de Comunicación Publicitaria

Una parte importante que garantiza una publicidad efectiva es la forma en como se comunica el mensaje para convencer a las personas; la clave esta en el proceso de comunicación publicitaria.

Los elementos que conforman el proceso de comunicación publicitaria son indispensables, ya que determinan qué se anuncia, cómo se anuncia y qué elementos (imágenes, colores, tipo de texto, sonidos, etc.) se utilizan.

3.2.8 Imagen

Las imágenes se pueden usar para comunicar de muchas maneras distintas, porque son muy versátiles y su interpretación puede condicionarse a otros factores que están en juego durante la presentación. Las imágenes pueden tener interpretaciones culturales y sociales distintas y a estas se les puede dar forma por los contextos en los que se usan. Los grupos culturales a los que se dirigen, la inclusión o exclusión de determinadas señales y símbolos compartidos por un grupo cultural, el uso o ausencia de agentes condicionantes como el ingenio y el humor, y la apropiación de significado histórico son factores que pueden influir en el significado suscitado por una imagen.



3.2.9 Color

El color es una herramienta de comunicación potente porque puede captar la atención y hacer que las cosas destaquen y tengan una apariencia más atractiva. El uso sutil y parco del color puede ensalzar un diseño y enfatizar justo lo necesario para aumentar la eficacia de una obra de comunicación.

El poder comunicativo del color se extiende mucho más allá de destacar simplemente determinados fragmentos de texto; los colores también transmiten significados simbólicos culturales. El léxico cromático cambia en cada cultura, de modo que le proporciona al diseñador la oportunidad de conectar mejor con un público objetivo, pero también corre el riesgo de ganarse su antipatía debido a elecciones de color. Por ejemplo, la cultura occidental asocia el blanco con el matrimonio y el negro con la muerte, pero esto no es así en otras partes del mundo. Comprender las asociaciones cromáticas culturales pueden ayudar a garantizar el éxito en la comunicación, puesto que las elecciones de color pueden reforzar un mensaje o socavarlo.

3.2.10 Palabras y Lenguaje

Conjunto de palabras contenidas en una pieza gráfica. Pueden estar escritas (impresas) o verbalizadas. Se le denomina también copy. En este conjunto integran los titulares, subtítulos, slogan, textos complementarios, slogan de cierre o posicionamiento.

Encontrar una "voz"

Un mensaje se puede expresar de muchas maneras diferentes o con un tono de voz distinto; por ejemplo, con autoridad, arrepentimiento u

optimismo. Encontrar la voz adecuada es importante para poder relacionarse con el público objetivo y para no ganarse la antipatía.



*Pelotas típicas.
Foto: Gladys Lorena Claudio Ordoñez, 2012.*

Trabajar con palabras

El uso creativo del lenguaje puede ayudar a posicionar una idea, empresa o producto en la mente del grupo objetivo. Durante los últimos cincuenta años, en los medios de comunicación se ha observado una tendencia creciente hacia un lenguaje más informal, con un aumento de la flexibilidad gramatical y el uso de dialectos regionales, acentos y jerga. Los diseñadores pueden utilizar sinónimos u otras palabras relacionadas para pasar de un enfoque formal a uno más informal y hecho a medida para que encaje con el grupo objetivo.



3.2.11 Tipografía

Los diferentes roles o funciones que la tipografía desempeña en el campo del diseño implica que los diseñadores deben pensar que tipo de personalidad es apropiado para el mensaje que tiene que comunicar. El tipo de letra que se emplea para cada carácter puede ayudar o entorpecer la transmisión de la información, puesto que cada tipo de letra cuenta una historia distinta y provoca diferentes sensaciones en el espectador.

3.2.12 Formato

Es el espacio bidimensional de un soporte material normalizable (envases, documentos, impresos, muestrarios y señalizaciones, entre otros), portador de mensajes. En él se inscriben los distintos elementos del sistema de diseño, y él mismo es, a la vez, portador de informaciones visuales y elementos de identidad.

Cuando se ha de decidir un formato, que ha de ser representativo de una empresa, marca o producto, conviene buscar las analogías entre valores psicológicos y valores formales, que serán transmitidos por medio del formato.

No se olvide que todo el sistema de diseño -y, en consecuencia, el sistema de identidad- se basa en dos reglas: la facilidad de integración y la facilidad de memorización. Un formato es más fácilmente integrado por el espectador si corresponde a formas simples, y es, asimismo, más rápida y perdurablemente memorizado.

3.2.13 Guatemala: Textiles Mayas

Desde tiempos precolombinos, el tejido en telar de cintura ha representado una forma de expresión e identidad artística y cultural de Guatemala. A través del uso del traje (vestido tradicional), los Mayas, especialmente las mujeres, representan individualidad dentro de cada comunidad, municipio o departamento.

En cada textil se observan motivos tradicionales, representando figuras zoomorfas de animales y figuras geométricas tejidas en una tela.



*Tocado Típico.
Foto: Gladys Lorena Claudio Ordoñez, 2012.*



3.3 Concepto Creativo

3.3.1 Estrategia de Comunicación

A continuación se desarrollan los temas y conceptos que integran las actividades del programa, así como también el proyecto a desarrollar.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS		RESPONSABLES
Dar a conocer el programa Guatemala VolunTours™	Promocionar el programa en diferentes medios.	Diseñar	Trifoliales, en los cuales se informe sobre el programa.	Gladys Lorena Claudio O.
		Imprimir	Trifoliales	Coordinador de compras Asociación Share Guatemala
		Distribuir	en puntos estrategicos de Antigua y zonas especificas de la ciudad capital.	
Promocionar el programa Guatemala VolunTours™	Realizar comunicación a través de medios impresos.	Diseñar	Anuncio de Revista	Gladys Lorena Claudio O.
			Afiches	Gladys Lorena Claudio O.
		Imprimir	Afiches	Coordinador de compras Asociación Share Guatemala
			Publicar	en Revue
	en puntos estrategicos de Antigua y zonas especificas de la ciudad capital.			
Identificar la identidad visual del programa Guatemala VolunTours™	Iniciar notoriedad del programa Guatemala VolunTours™ a través de medios impresos y alternativos.	Diseñar	Papeleria (Tarjetas de Presentación)	Gladys Lorena Claudio O.
			Bus (Transporte a turistas durante su participación en el programa)	Gladys Lorena Claudio O.
		Imprimir	Tarjetas de Presentación	Lic. Ana Lorena Ajmac y/o Coordinador de compras Asociación Share Guatemala
			Bus (Transporte a turistas durante su participación en el programa)	Lic. Ana Lorena Ajmac y/o Coordinador de compras Asociación Share Guatemala



OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS		RESPONSABLES
<p>Informar al turista sobre actividades, lugares y datos importantes, durante su participación con el programa Guatemala VolunTours™</p>	<p>Brindar cercanía y confianza del programa.</p>	Oficina de Información (Sede San Matrán)		Gerson Güitz
		Asistencia vía Internet		Lic. Ana Lorena Ajmac Gerson Güitz
		Asistencia vía telefónica		Lic. Ana Lorena Ajmac Gerson Güitz
	<p>Crear diseño de WelcomPacket.</p>	Diseñar	WelcomPacket	Gladys Lorena Claudio O.
		Imprimir	WelcomPacket	Lic. Ana Lorena Ajmac y/o Coordinador de compras Asociación Share Guatemala
<p>Desarrollar fidelización y permanencia del programa Guatemala VolunTour™ en la mente del grupo objetivo.</p>	<p>Mantener información del programa, así como también artículos y novedades del mismo.</p>	Diseñar	Boletín de Noticias	Gladys Lorena Claudio O.
			Artículos Promocionales	Gladys Lorena Claudio O.
		Imprimir	Boletín de Noticias	Lic. Ana Lorena Ajmac
			Artículos Promocionales	Coordinador de compras Asociación Share Guatemala
<p>Mantener informados al grupo objetivo de las actividades recientes y/o novedades. Obtener datos interesantes de los usuarios sobre el programa.</p>	<p>Realizar comunicación a través de correo electrónico, facebook y twitter.</p>	Utilización de redes sociales.		Lic. Ana Lorena Ajmac Gerson Güitz



3.3.2 Proceso Creativo

Análisis de la Información

La información recopilada ha permitido establecer ciertos lineamientos de acción, sobre los cuales se establece que:

- El Programa Guatemala VolunTours™ tiene la misión de promover la venta de trabajo social a voluntarios, con el objetivo de generar un ingreso de beneficio a la organización, centrado en el desarrollo de programas comunitarios, así como ofrecer a los participantes una nueva consciencia, educación y oportunidad de voluntariado.
- La población no tiene el conocimiento y la riqueza que el turismo comunitario conlleva, individual y socialmente.
- La práctica del turismo comunitario, no tiene para la población la importancia e interés que debe tener.
- La falta de información acerca del turismo comunitario y los beneficios que este trae a nuestro país, es un factor importante para escasa afluencia de personas a participar en esta clase de turismo.
- La carencia de comunicación es la principal causa de la indiferencia de las personas al participar en esta clase de turismo.

Por lo que es indispensable la creación de una Campaña de Apoyo Publicitario que:

- Informe sobre la función del turismo comunitario en nuestro país.
- Impulse la participación en el programa Guatemala VolunTours™.
- Utilice varios medios de comunicación que en conjunto logren gran impacto en el grupo objetivo.

Definición del mensaje

El mensaje que se espera transmitir, a lo largo de la campaña, es de carácter promocional, en el cual se pretende que las personas comiencen a saber del turismo comunitario en nuestro país y que este conlleve a formar parte de actividades en esta clase de turismo.

Forma del mensaje

Será un mensaje de enfoque social que invite a la acción, siendo un mensaje positivo que informe, cree conciencia y acercamiento al programa Guatemala VolunTours™.



Desarrollo del concepto creativo "Conéctate a la Vida"

Para el desarrollo del concepto creativo se utilizó la técnica del mapa mental, método de análisis que permite organizar con facilidad los pensamientos y utilizar al máximo las capacidades mentales.

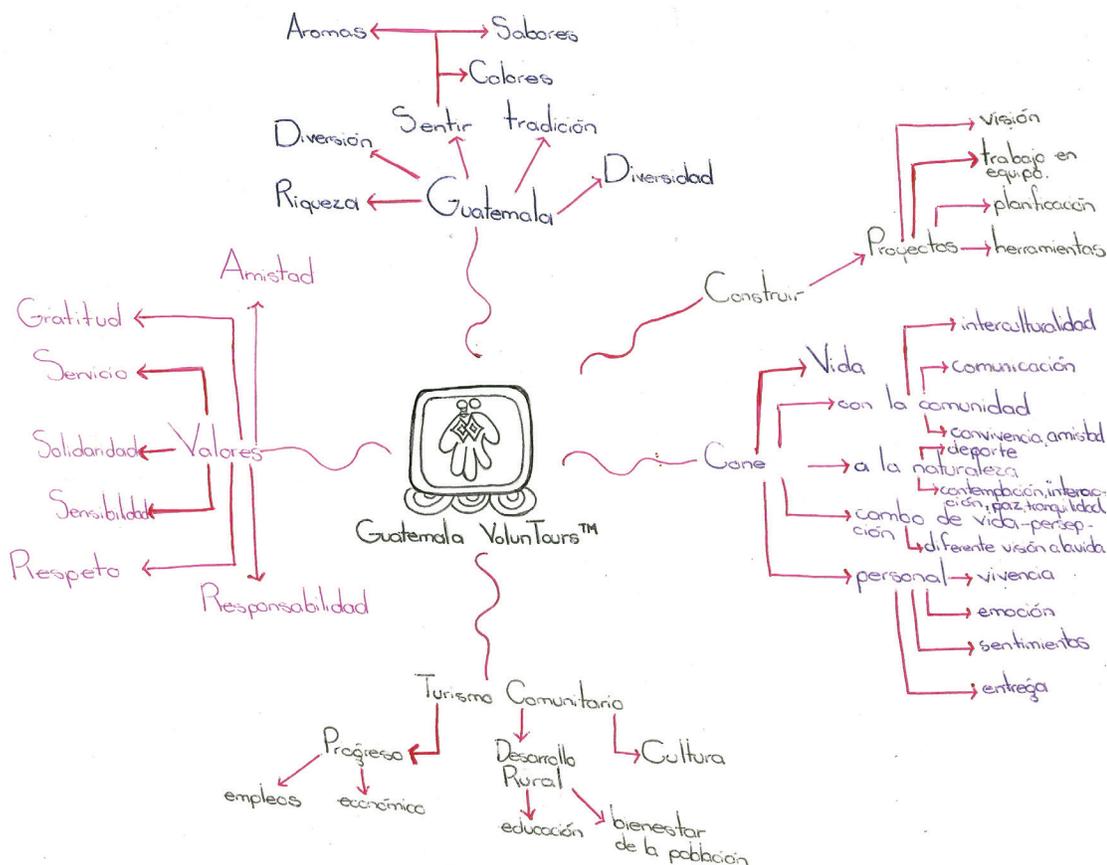
La asociación juega un papel dominante en casi toda función mental, y en el caso de la publicidad es una de las principales técnicas para generar ideas. Debido a la gran cantidad de asociaciones envueltas, los mapas mentales

pueden ser muy creativos, tendiendo a generar nuevas ideas y asociaciones en las que no se había pensado antes.

Tony Buzan, creador de dicha técnica, expone: "Un Mapa mental es la forma más sencilla de gestionar el flujo de información entre tu cerebro y el exterior, porque es el instrumento más eficaz y creativo para tomar notas y planificar tus pensamientos".

(Buzan, 2004, p. 28)

Desarrollo del Mapa Mental





A través de dicha técnica se estableció el concepto creativo “Conéctate a la Vida”, el cual se empleará en toda la campaña publicitaria, si fuera éste el concepto de diseño seleccionado por el grupo objetivo.

De esta manera se influirá en el grupo objetivo, a conectarse con ellos mismos, con la vida, con la naturaleza, con nuestra gente, motivándolos a participar en el proyecto Guatemala VolunTours™, y de esta manera, lograr beneficios personales y sociales.

Concepto 1 “Conéctate a la Vida”

Desea vincular al grupo objetivo a través de un mensaje que cuestiona la vida cotidiana, refiriéndose en esa rutina diaria que debemos hacer, pero que esta misma nos hace que algunas veces olvidemos la esencia de la vida... es momento de hacer una pausa y cambiar el enfoque... para interactuar y compartir con personas de nuestra Guatemala, de su naturaleza, sus paisajes, sus costumbres; renovar el espíritu... para participar en proyectos comunitarios donde se experimente el trabajo en equipo, la solidaridad y demás valores; disfrutar y experimentar... a través de actividades turísticas, que realzan aspectos importantes de nuestro país.



Admirando el paisaje, Ruinas Mixco Viejo
Foto: SHARE Guatemala, 2011

Desarrollo del concepto creativo “Los colores de tu Guate...”

En el desarrollo del segundo concepto creativo se utilizó la técnica lluvia de ideas o brainstorming individual, es un método efectivo para generar muchas ideas sobre un asunto específico, para luego determinar que idea -o ideas- presenta la mejor solución.

Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro “Applied Imagination”. Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

Por medio de dicha técnica se creó el concepto creativo “Los Colores de tu Guate...”, en el cual se utilizará toda la campaña publicitaria, si fuera éste el concepto de diseño seleccionado por el grupo objetivo.

Desarrollo del Brainstorming Individual

1. Definir todas las palabras relacionadas con Guatemala VolunTours™.
2. Generación de ideas:
 - Interculturalidad, solidaridad, trabajo en equipo, compartir, intercambio cultural, cambio de vida, desarrollo humano, unión, diversidad.
 - Guatemala, colores, alegría, diversión, cultura, raíces, esencia, emociones, sentimientos, aromas, sabores, costumbres, naturaleza, deportes, museos, arte.
 - Proyecto comunitario, ayudar, vivir, construir, mejora a la comunidad, pintura, cemento, agua, herramientas, mezcla, educación, visión, objetivo, evaluación.



3. Seleccionar 5 ideas principales:

- **Proyecto Comunitario**
- **Guatemala**
- **Colores**
- **Cambio de Vida**
- **Trabajo en equipo**

4. Criterio FAN (Factible, Atractivo y Novedoso) para evaluar que idea brinda la mejor solución / puntaje de 0 a 5 puntos.

- **Proyecto Comunitario - ayudar- vivir / Vive, la experiencia de ayudar**
- **Guatemala - Colores / Los colores de tu Guate**
- **Cambio de Vida / Marca el cambio**
- **Trabajo en equipo - compartir / Comparte tu esencia**

IDEA	F	A	N	
Proyecto Comunitario Vive, la experiencia de ayudar	3	4	4	11
Guatemala - Colores Los colores de tu Guate	4	5	5	14
Cambio de Vida Marca el cambio	4	3	0	7
Trabajo en Equipo Comparte tu esencia	3	3	2	8

**5. Selección de idea central:
“Los colores de tu Guate...”**

Concepto 2

“Los Colores de tu Guate...”

Desea vincular al grupo objetivo a través de un mensaje que proyecta Nuestra Guatemala, tal como lo expone el slogan de Guatemala VolunTours™, “Getting to know the REAL Guatemala”, exponiendo primordialmente el trabajo comunitario (para darlo a conocer al grupo objetivo), pero conjuntamente integrando otras actividades que se realizan dentro del proyecto. Guatemala es color, costumbres, estilos de vida, cultura, etc., obteniendo todo esto a través de la participación en el proyecto.



Niña compartiendo con voluntaria, SMJ.
Foto: SHARE Guatemala, 2011.



Proceso de bocetaje y línea de diseño

1. **Pre-bocetos o rough:** Una vez reunida toda la información existente, establecida la estrategia de comunicación y el concepto de diseño, se inicia a esbozar a lápiz las primeras ideas, combinando palabras e imágenes de diversas maneras, sin demasiada definición.
2. **Bocetos:** Se realizan por medio de aplicaciones informáticas de dibujo y diseño en computadora.

Con el fin de visualizar diferentes alternativas de diseño, se realizaron varias propuestas a nivel de boceto de los dos conceptos de diseño definidos.

En el proceso de bocetaje se comienza a mejorar las ideas centrales de los prebocetos, definiendo cada uno de los elementos que conforman el diseño, con unidad y equilibrio. Para ello, se inicia con un análisis de las tipografías, colores y fotografías a utilizar.

Se buscó la tipografía adecuada para el título, subtítulo y el cuerpo de texto. Todos los colores fueron basados según la teoría y psicología del color, seleccionando los colores más adecuados para que transmitan el concepto completo. Un elemento importante son las fotografías, las cuales plasman la esencia del proyecto Guatemala VolunTours™, ya que son un punto de enfoque y prioridad para mostrar al grupo objetivo. Se dibujó figuras geométricas colocadas de manera dinámica que identifican los motivos plasmados en los textiles mayas.

En cuanto a la diagramación, se inicia la distribución de los textos, tipografía, colores, fotografías, símbolos, tomando en cuenta los márgenes y espacios de nuestro formato.

En las primeras propuestas digitales, de ambos conceptos, se colocó una foto como elemento principal y una frase que llamará la atención. Resultó un diseño muy simple, poco llamativo y en algunos espacios se miraba vacío.

Continuando con el mismo estilo, pero integrando un cintillo con signos típicos en la parte de arriba y otro sólido de color rojo en la parte inferior del diseño para ubicar el logotipo, eslogan y dirección web del proyecto. (Concepto **“Conéctate a la Vida”**).

En el concepto **“Los colores de tu Guate”**, también se siguió el mismo estilo, pero en este se le integró en la parte inferior un cintillo un poco ondulado para darle movimiento al diseño, agregando otra foto en sepia, de menor tamaño dentro de un círculo con orilla roja. En este caso el eslogan quedó como titular del diseño.

3. **Propuestas finales sobre decisiones de diseño:** Estableciendo un diseño final para cada concepto:

1. **Conéctate a la Vida**

2. **Los colores de tu Guate**

El proceso de selección de diseños, fue realizado a través de encuestas por medio de la web y preguntas directas a personas que forman parte del grupo objetivo, así como también opiniones de especialistas, obteniendo como diseño final el concepto **“Conéctate a la Vida”**.

Al tener el diseño final, ya se sabe que tipografía, colores, imágenes se van a utilizar. Se comenzó a crear en una misma línea todas las piezas gráficas, para que todas tengan los mismos códigos.



Descripción de los elementos del diseño final

1. Titular: Tipografía Pilsen Plakat
2. Subtítulo: Tipografía Century Gothic
3. Iconos tecnológicos (encendido, apagado, adelantar, pausa)
4. Texto: Tipografía Century Gothic
5. Fondo verde para resaltar titular
6. Figuras geométricas - símbolos mayas
7. Cintillo textil
8. Fotografía del proyecto
9. Cintillo inferior en color rojo
10. Eslogan, icono de facebook y dirección de página web
11. Logotipo de Guatemala VolunTours™

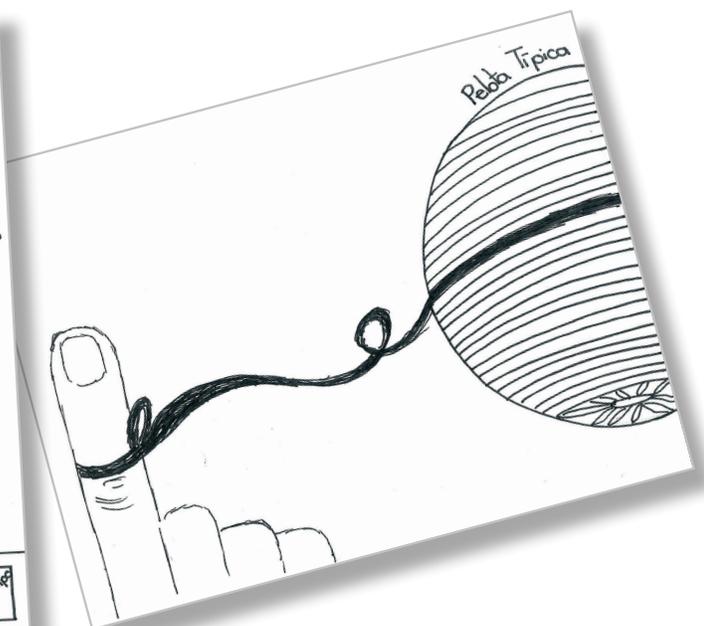
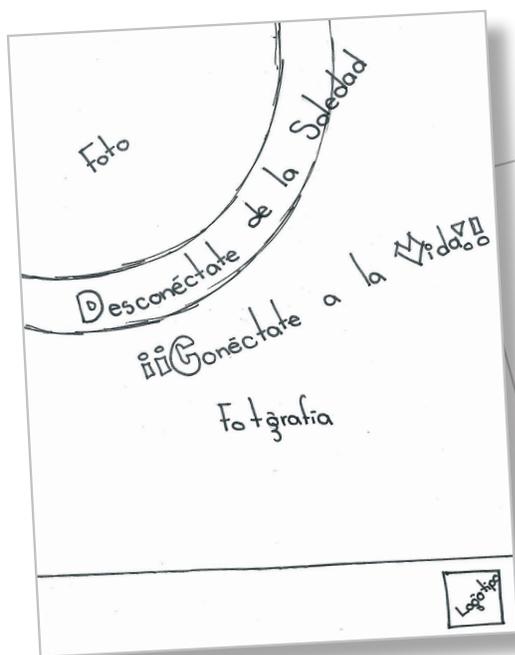




Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto

“Conéctate a la Vida”

1. Pre-bocetos o rough





Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto "Conéctate a la Vida"

2. Bocetos





Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto

“Conéctate a la Vida”

3. Propuesta final de diseño

Quieres estar... 

Haz una  ...y date un tiempo a ti mismo.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™ ...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala 

www.shareguatemala.org



Vives en... 

Haz una  y dale un tiempo a los demás.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™ ...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala 

www.shareguatemala.org

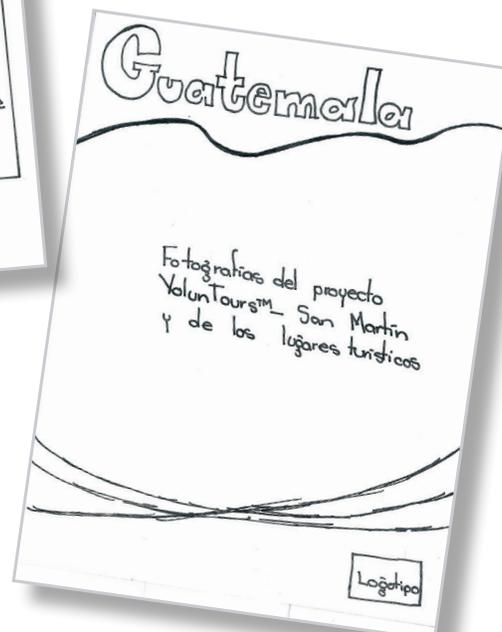
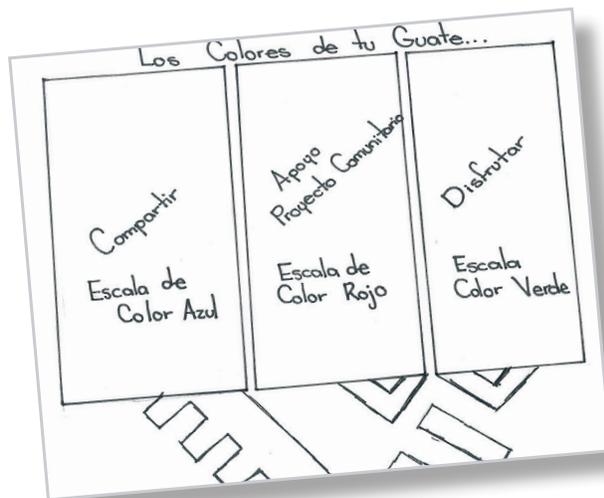




Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto

“Los Colores de tu Guate...”

1. Pre-bocetos o rough

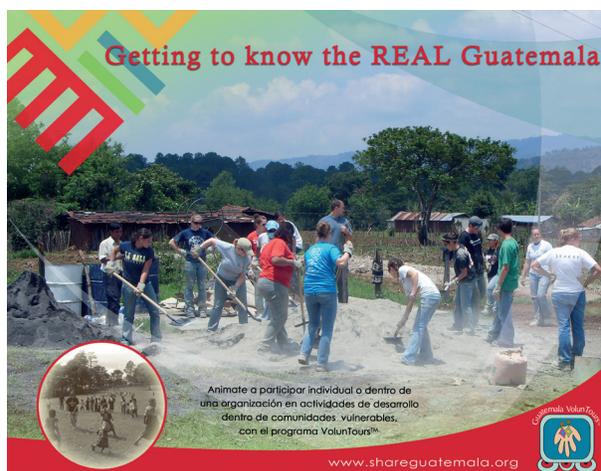
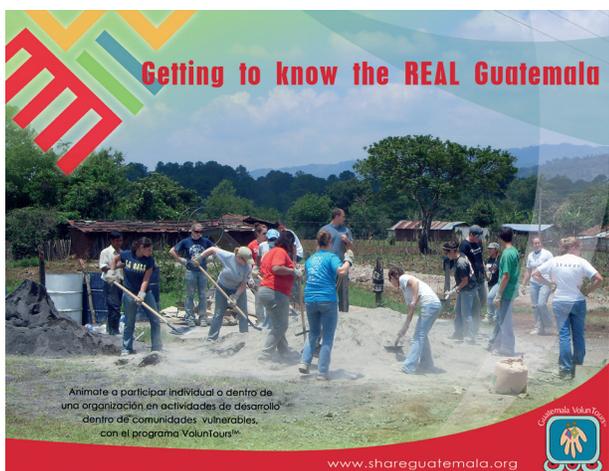




Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto

“Los Colores de tu Guate...”

2. Bocetos

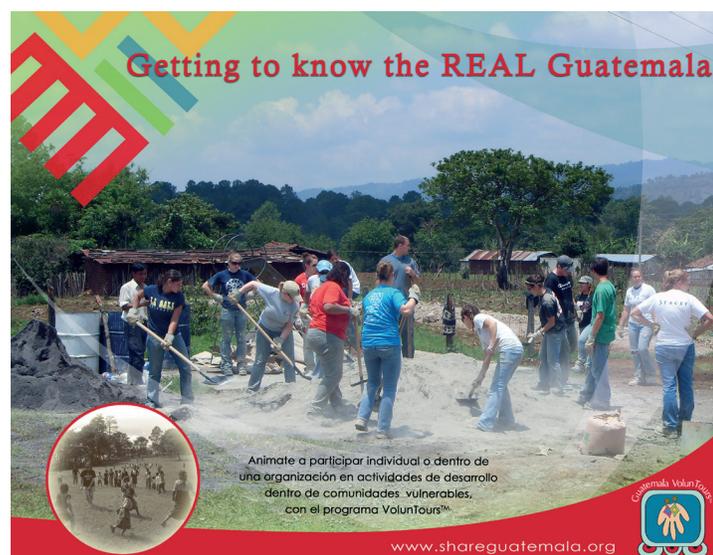
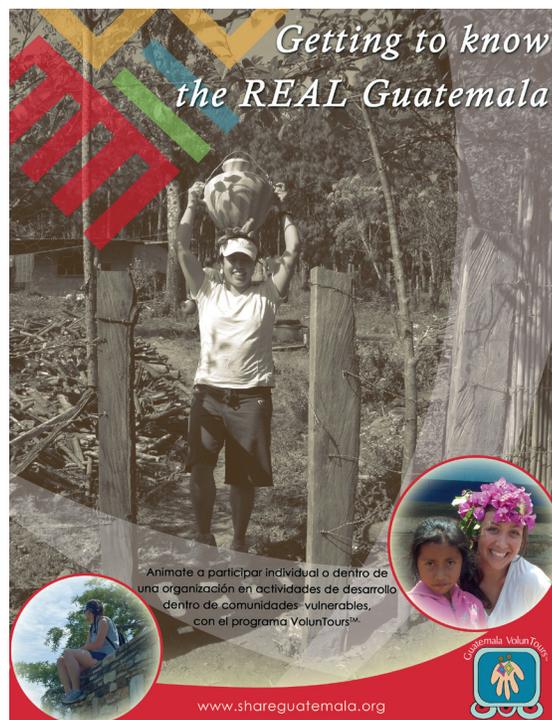




Proceso de bocetaje y línea de diseño del concepto

“Los Colores de tu Guate...”

3. Propuesta final de diseño





3.3.3 Selección del Concepto de Diseño

Análisis de datos / Grupo Objetivo

Para definir la propuesta de diseño, se llevó a cabo un proceso de selección a través de encuestas, por medio de la web y preguntas directas a personas que forman parte del grupo objetivo.

Se crearon dos grupos focales, uno comprendido en las edades de 22-30 años y el otro entre 31-40 años. El estudio se llevó a cabo entre el miércoles 16 al lunes 21 de febrero del 2011.

Preguntas de Investigación

1. Edad
2. Sexo
3. ¿Qué diseño prefieres para nuestra campaña?

Grupo Focal de 22-30 años

El grupo estuvo conformado por 3 mujeres y 3 hombres con criterios amplios de cultura general, observadores, investigadores, se encuentran realizando estudios universitarios y forman parte del grupo objetivo.

SEXO	CONCEPTO 1	CONCEPTO 2
Masculino	III	
Femenino	II	I

Grupo Focal de 31-40 años

El grupo estuvo conformado por 3 mujeres y 3 hombres con criterios amplios de cultura general, algunos con gusto por el arte/diseño, observadores, investigadores, poseen un grado académico superior y forman parte del grupo objetivo.

SEXO	CONCEPTO 1	CONCEPTO 2
Masculino	II	I
Femenino	II	I

El resultado de dicho proceso muestra que el concepto 1 es el diseño que llamó más la atención de las personas; según comentarios de personas a quienes se les formuló las preguntas directas era: "el concepto 1 por el mensaje que transmite".



Análisis de datos / Opiniones de Expertos

Especialistas

- Cliente programa Guatemala VolunTours™, Licenciada Ana Lorena Ajmac.
- Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Juan Carlos Villatoro (de Imagen Institucional)
- Licenciado en Diseño Gráfico, Estuardo Samayoa.

En este caso se les mostró la descripción del concepto creativo de cada propuesta junto con los diseños.

Las tres personas a las que se les preguntó ¿Qué diseño prefieres para nuestra campaña?, las tres coincidieron en que les gustaba mucho el concepto **“Conéctate a la Vida”**, ya que expresaba mucho más la esencia del programa Guatemala VolunTours™, que el concepto 2.

“Conéctate a la Vida” muestra muchas connotaciones y se adapta al ritmo de vida, de estrés y de trabajo de las personas del segmento al que se dirige la campaña.

Sobre los diseños visuales, los tres profesionales opinaron que les gustaba el diseño del Concepto 2 **“Los colores de tu Guate...”**; el Licenciado Estuardo Samayoa argumentaba adoptar la forma y los colores del diseño 2; el Licenciado Juan Carlos Villatoro y la Licenciada Ana Lorena Ajmac, expresaban que con el color sepia, hace que no se den tantos distractores visuales con relación al color, que se presentaba la realidad tal y como es en las imágenes, que observaban una función visual más informativa en las imágenes en sepia o blanco y negro, combinándolas con imágenes e ilustraciones en color, sugirieron agregar una descripción textual.

En síntesis, adoptar el concepto de campaña 1 **“Conéctate a la Vida”**, pero integrarlo con el concepto visual del concepto de campaña 2 **“Los colores de tu Guate...”**.



3.3.4 Desarrollo de piezas claves para estrategia de validación

Afiches

Quieres estar... 

Haz una  ...y date un tiempo a ti mismo.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org



Vives en... 

Haz una  y date un tiempo a los demás.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org





Afiches

Quieres estar... 

Haz una 
...y date un tiempo a ti mismo.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org



Vives en... 

Haz una 
y date un tiempo a ti mismo.

Animáte y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org





Trifoliar

Guatemala VolunTours™

SHARE
GUATEMALA

Oficinas en Guatemala
Cantón Reforma, Callejón Ismatul, Casa No. 8
San Lucas Sacatepéquez, Guatemala
PBX: (502) 7828 2626 Fax: (502) 7828 2627
www.shareguatemala.org

Oficinas en España
c/ Sant Oleguer 94 Bajos
08202 Sabadell, Barcelona (España)
Tel: (0034) 937156075
www.asociacionshare.es

Quieres estar...

Haz una y date un tiempo a ti mismo.

Getting to know the REAL Guatemala

Guatemala VolunTours™

SHARE
GUATEMALA

Oficinas en Guatemala
Cantón Reforma, Callejón Ismatul, Casa No. 8
San Lucas Sacatepéquez, Guatemala
PBX: (502) 7828 2626 Fax: (502) 7828 2627
www.shareguatemala.org

Oficinas en España
c/ Sant Oleguer 94 Bajos
08202 Sabadell, Barcelona (España)
Tel: (0034) 937156075
www.asociacionshare.es

Vives en...

Haz una y dale un fletricio a los demás.

Getting to know the REAL Guatemala



Trifoliar

Guatemala VolunTours™

Asociación SHARE de Guatemala es una organización que provee a sus participantes, clientes y cooperantes servicios de excelencia, para impulsar oportunidades de desarrollo participativo y sustentable, así como asistencia en casos de emergencia; para que las personas vulnerables sean capaces de mejorar su calidad de vida.

El programa Guatemala VolunTours™ promueve la participación directa de personas voluntarias, quienes en un período breve aportan su mano de obra en diversos programas de SHARE en las comunidades rurales, combinando con actividades de convivencia cultural, trabajo social y de turismo rural comunitario.

Área en donde se realiza la actividad voluntaria: Comunidades rurales del Municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.



Visión

Ser un programa competitivo de escala mundial, auto sostenible y confiable que proporcione a los participantes en el proceso servicios de excelencia y oportunidades de intercambio, aprendizaje y desarrollo.

Misión

Brindar servicios innovadores y sostenibles de calidad a través de un intercambio de ideas y experiencias culturales participativas que contribuyen a generar un cambio en los participantes en el proceso.

Nuestros VALORES

Servicios de excelencia
Auto sostenibilidad
Confiable



Ejemplo de un itinerario de trabajo:

DÍA	ACTIVIDAD
Día 1	Traslado a San Martín Jilotepeque, Chimaltenango Orientación Almuerzo Traslado a la comunidad: Ceremonia de bienvenida Cena
Día 2	Desayuno Visita al Mercado local Trabajo voluntario Almuerzo Trabajo voluntario Presentación por un miembro de la comunidad: Migración Cena
Día 3	Desayuno Visita a Escuela de Educación Especial Traslado a Mixco Viejo –ruinas mayas- Tour guiado en las ruinas Almuerzo en las ruinas Traslado a San Martín Jilotepeque Cena
Día 4	Desayuno Trabajo voluntario Taller dirigido a los niños: Lavado correcto de manos Manualidades con los niños Almuerzo Partido de fútbol Ceremonia de clausura Cena

Costos incluyen transporte, alimentación, hospedaje, materiales y recursos para realizar la actividad voluntaria. Costos varían de acuerdo al tamaño del grupo y cantidad de días disponibles para trabajar en la comunidad.

www.shareguatemala.org



Boletín



Boletín Enero - Marzo 2011

Estimados amigos y amigas:

Reciban un cordial saludo y nuestros deseos de éxitos en este año 2011.

Este año iniciamos las actividades del programa con visitas de varios grupos de norteamericanos, quienes con su trabajo apoyaron el desarrollo de diferentes comunidades del municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango. Estos son los detalles de los proyectos en los que trabajaron:

GRUPO	COMUNIDAD	PROYECTO
La Salle University	Tierra colorada	Pavimentado del patio de recreo.
Francis Parker High School	La Joya	Pavimentado del patio de recreo, construcción de muro de contención, pintado de aulas.
Johnson and Wales University	La Unión	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
Fordham University	Chipocolaj	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
University of California San Diego	Sacalá	Lavado y pintado de aulas.

Agradecemos el entusiasmo y energía de los miembros de cada grupo que nos visitó, así como la solidaridad demostrada ante las necesidades de las familias guatemaltecas.

Entre otras noticias, en el primer trimestre de este año, también contamos con el apoyo de una voluntaria extranjera, quien durante los meses de Febrero y Marzo estuvo capacitando a los niños de las escuelas rurales de 4 diferentes comunidades, en temas como la reducción del impacto ambiental con énfasis en reciclaje, elaborando un manual de actividades educativas para uso de los maestros en la enseñanza a los niños. Es gracias al tiempo y esfuerzo de esta voluntaria que estamos contribuyendo a mejorar

el medio ambiente en el municipio de San Martín Jilotepeque.

Aprovechamos este momento para recordarles a todos que nos visiten en nuestra página de Facebook, en donde hemos colocado las fotografías de todas las visitas realizadas en este año.





Guatemala VolunTours™



Boletín Enero - Marzo 2011

Estimados amigos y amigas:

Reciban un cordial saludo y nuestros deseos de éxitos en este año 2011.

Este año iniciamos las actividades del programa con visitas de varios grupos de norteamericanos, quienes con su trabajo apoyaron el desarrollo de diferentes comunidades del municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango. Estos son los detalles de los proyectos en los que trabajaron:

GRUPO	COMUNIDAD	PROYECTO
La Salle University	Tierra colorada	Pavimentado del patio de recreo.
Francis Parker High School	La Joya	Pavimentado del patio de recreo, construcción de muro de contención, pintado de aulas.
Johnson and Wales University	La Unión	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
Fordham University	Chipocolaj	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
University of California San Diego	Sacalá	Lavado y pintado de aulas.



Agradecemos el entusiasmo y energía de los miembros de cada grupo que nos visitó, así como la solidaridad demostrada ante las necesidades de las familias guatemaltecas.

Entre otras noticias, en el primer trimestre de este año, también contamos con el apoyo de una voluntaria extranjera, quien durante los meses de Febrero y Marzo estuvo capacitando a los niños de

las escuelas rurales de 4 diferentes comunidades, en temas como la reducción del impacto ambiental con énfasis en reciclaje, elaborando un manual de actividades educativas para uso de los maestros en la enseñanza a los niños. Es gracias al tiempo y esfuerzo de esta voluntaria que estamos contribuyendo a mejorar el medio ambiente en el municipio de San Martín Jilotepeque.

Aprovechamos este momento para recordarles a todos que nos visiten en nuestra página de Facebook, en donde hemos colocado las fotografías de todas las visitas realizadas en este año.





Welcompacket

Itinerary

DATE	ACTIVITY
DAY 1 Tuesday August 10th	6:30 Check out and drive to SHARE's offices in San Lucas Welcome of SHARE and Orientation Meet SHARE Staff 11:00 Drive to San Martín Jilotepeque -SMJ- Lunch in SMJ Check in and room distribution 14:30 Drive to the Community Welcome ceremony 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 2 Wednesday August 11th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to the community • Solidarity work project 12:00 Lunch • Community hike • Afternoon Presentation: Civil War in Guatemala -by a community member- 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 3 Thursday August 12th	7:00 Breakfast 8:00 Visit to the local market: Market day in SMJ 9:00 Drive to other communities: Visit to finished projects made by other groups 12:00 Lunch in SMJ 13:00 Drive to the community • Solidarity work project • Presentation: Migration -by a community member- 16:30 Thank you words by community members. 17:30 Drive to SMJ 18:00 Dinner in SMJ
DAY 4 Friday August 13th	7:00 Check out and Breakfast 8:00 Visit school with special needs children in SMJ 9:00 Tour of SHARE's Medical Center 9:30 Drive to Mayan ruins: MIKCO VIEJO - Boxed lunches- 14:00 Drive to Antigua Guatemala: • Check in and room distribution 18:00 Dinner in Sabe Rico: Cena típica
DAY 5 Saturday August 14th	8:00 Breakfast 9:00 Macadamia Tour: Finca Volhalla 10:30 Traditions tour and Lunch: San Antonio Aguas Calientes 12:30 Coffee Tour: Finca La Azotea 15:30 Drive to the hotel for resting. 18:00 Dinner in Sabe Rico: Soup and Salad
DAY 6 Sunday August 15th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to Pacaya to Hike the Volcano 14:00 Drive to Antigua: Time off in Antigua -Maps of Antigua will be provided- 18:00 Closing Dinner in Sabe Rico: Peplon
DAY 7 Monday August 16th	7:30 Check out and Breakfast 8:45 Drive to Aurora International Airport

At a Glance

Jilotepeque is a peaceful municipality, and from the 1960's through the 1990's, it was populated by the K'ek'chiq'ujil and the Ixil populations of San Martín Jilotepeque. As a result, the communities of Jilotepeque are nationally different blouses that tend to be made of special ceremonies and during the visit majority of tourists who drive or the ruins, the municipality of Jilotepeque is the majority of tourists who drive on the green back roads of San Martín Jilotepeque.

Jilotepeque is a peaceful municipality, and from the 1960's through the 1990's, it was populated by the K'ek'chiq'ujil and the Ixil populations of San Martín Jilotepeque. As a result, the communities of Jilotepeque are nationally different blouses that tend to be made of special ceremonies and during the visit majority of tourists who drive or the ruins, the municipality of Jilotepeque is the majority of tourists who drive on the green back roads of San Martín Jilotepeque.

Jilotepeque is a peaceful municipality, and from the 1960's through the 1990's, it was populated by the K'ek'chiq'ujil and the Ixil populations of San Martín Jilotepeque. As a result, the communities of Jilotepeque are nationally different blouses that tend to be made of special ceremonies and during the visit majority of tourists who drive or the ruins, the municipality of Jilotepeque is the majority of tourists who drive on the green back roads of San Martín Jilotepeque.

Project Profile

Municipality: San Martín Jilotepeque **Department:** Chimaltenango

Project
Primary School Infrastructure - Painting the classrooms
Health services maintenance - Donation of paint for Centros de Convergencia
Environmental care - Donation of trees to SHARE's beneficiaries.

Strategic Objective
Improve the study environment of participants of the official rural primary school in EL PLATANAR, San Martín Jilotepeque.

Specific Objectives
1. Provide a more pleasant environment for the learning process.
2. Improve the infrastructure of the school.

Project Duration: August, 2010

Project Description
The educational community of EL PLATANAR requested support in the maintenance of the school building, as in the history of the school they have not received full government support for this activity.
The request was granted, given that the municipal funds allotted for school infrastructure projects do not prioritize rural schools, and the need for a cleaner, greener and better environment will improve the learning process. This school infrastructure project will be accomplished by offsetting the funds provided in the Guatemala VolunTours™ Program and with the community collaboration.

Beneficiaries
Direct: 234 students and 8 teaching staff members
Indirect: 47 families in the area

Project Labor and Technical Staff
The unqualified manual labor will be provided by the community. SHARE staff will monitor the overall implementation of the project. VIA INTERNATIONAL volunteers will provide manual labor for the solidarity project.

Coordination with Community
The PTA will work jointly with students' families in order to provide the manual labor for work project, as well as general coordination required for project implementation.

Guatemala VolunTours™
Welcome and receptive to foreigners. In the recent past have brought to families and family homes.
Implement basic safety practices while working as a volunteer, you represent all of Guatemala.
Ensure your safety and comfort.

DO NOT
• Leave the group while visiting the community.
• Drink alcohol.
• Interact with children individually.
• Engage in group interaction activities with children.
• Change children's habits and daily routines.
• Engage in child adoption.
• Engage in family members directly.
• Engage with street vendors.

Guatemala VolunTours™
Candy factory
4078-4095
Group leader
4992-6020
Phone: 7828-2632
Fax: 7883-4435
San Martín Jilotepeque 7844-8557
Antigua Guatemala 5343-8083
Antigua Guatemala 7883-3895
Guatemala 7832-8090
Guatemala 7832-0217
community, Antigua Guatemala and
hikes and work project locations. Puffed
bottles can be refilled during commu-
nication. (Ara or Candy)
malta. sun protection is advisable for
those who have fair skin and tend to
burn. Bug repellent is advisable for
Guatemala, especially while out-
doors, hikes, and during commu-
nication.
at times, inside you will find snacks,
run blocks, and bug repellent.
on. Please have your raincoat/
bags can appear out of nowhere!
ways have a warm jacket with
• Please use flashlight clothes.
• Please always wear your hat!
• Please do not skip the toilet.
• Please do a great job.
• Please wear appropriate energy wear parts and

www.shareguatemala.org



Welcompact

Tourist places information

Mixco Viejo

Mixco Viejo is an archaeological site in the north east of the Chimaltenango district of Guatemala, some 50 km to the north of Guatemala City. It is a moderate sized ruined city of the Post-Classic Era Maya civilization.

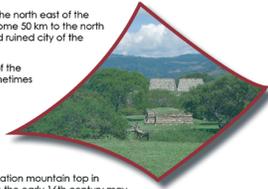
Mixco is usually considered the capital of the Pocomom Maya kingdom, and was sometimes known as Pocomom and Saq'k'ojol Nimakaqapek in addition to Mixco. An alternative theory holds that it was instead a northern outpost of the K'iche', and its current identification as Mixco Viejo is the result of confusion with Ixiltepeque Viejo.

The site was founded on a defensive location mountain top in the 12th century. The peak population in the early 16th century may have been around 10,000 people. It was conquered by Spanish Conquistador Pedro de Alvarado in 1525 after a siege of more than 3 months. The Conquistadores then had the city burnt and depopulated.

The ruins have the remains of over 120 major structures, including temples, palaces, and courts for playing the Mesoamerican ballgame.

Archaeological excavations were carried out from 1954 through 1967 by the Musée d'Homme de Paris under the direction of archaeologist Henri Lehmann.

The site is open to tourist visits and has a small museum. The site's architectural remains are less impressive than many larger Maya sites, but the dramatic mountaintop location with scenic views are enjoyed by many visitors.



Pacaya

Pacaya is an active complex volcano in Guatemala, which first erupted approximately 23,000 years ago and has erupted at least 23 times since the Spanish conquest of Guatemala. Pacaya rises to an elevation of 2,552 metres (8,373 ft). After being dormant for a century, it erupted violently in 1965 and has been erupting continuously since then.

Pacaya is a popular tourist attraction. Pacaya lies 30 kilometres (19 mi) southwest of Guatemala City and close to Antigua. The volcano sits inside the Escuintla Department.



Guatemala VolunTours™

Guatemala, it has been designated a World Heritage Site of the country (465 km2). It is a city of historical value. Antigua Guatemala is the second largest city in Guatemala. It is the bulk of the population of Guatemala. According to the 2018 census, the city has some 34,685 inhabitants.

Antigua was the third capital of Guatemala, after the first capital of Guatemala, the city of Santiago de los Caballeros de Guatimala, and it was named Antigua in 1543. It was almost the seat of the military government of Guatemala in 1566 (King Felipe II of Spain). It was later named 'Loyalty'.

The city led to the third change in the location of the capital to a safer location. It was the last capital of Guatemala, and it was later abandoned. It is now known as Old Guatemala.

How much did you enjoy most and why?

How much did you enjoy least and why?

10, 10 being the best and 1 being the worst.

Guatemala VolunTours™

f www.shareguatemala.org 7 8 9 10

Evaluación Comunidad

Evaluación Comunidad

De Parte de Asociación SHARE de Guatemala, queremos agradecer a la comunidad de _____ por su colaboración con SHARE y el grupo de norteamericanos en la fecha _____ en el programa Guatemala VolunTours. Agradeceríamos llenaran esta hoja de retroalimentación, la cual servirá para la constante mejora del programa. Apreciamos mucho el tiempo que se tome en llenar la misma.

- ¿Qué esperaba al participar en el Programa Guatemala VolunTours?
- ¿Cree usted que la visita del grupo contribuyó a lograr los objetivos de la comunidad? ¿Por qué?
- Cuéntenos de una experiencia inolvidable que usted recuerda del grupo.
- ¿Qué actividad de la visita disfrutó más? ¿Por qué?
- ¿Qué actividad de la visita disfrutó menos? ¿Por qué?
- ¿Qué aprendió de esta experiencia?

Sugerencias o recomendaciones:

f www.shareguatemala.org



Capítulo 4

4.1 Metodología para Validación

Con el objetivo de proporcionar al programa Guatemala VolunTours™ un proyecto de comunicación eficiente, se hizo necesario utilizar un método de validación.

Para comprobar si la propuesta gráfica es eficiente, aceptable y si encaja con el público objetivo, fue necesario realizar una prueba piloto con una muestra del grupo objetivo, el cual proporcionó sus opiniones, ideas y puntos de vista acerca de las piezas gráficas propuestas. También se evaluó las reacciones inmediatas que las personas manifestaron ante el material gráfico.

Con el fin de asegurarse de que la solución gráfica planteada cumple con la problemática expuesta en el presente proyecto, se muestra a continuación la estrategia de investigación y las técnicas utilizadas para la recopilación e interpretación de la información.

Objetivos de Investigación

- Evaluar el concepto creativo de la campaña, como objetivo creativo y como instrumento de marketing.

- Determinar el grado de comprensión de los mensajes textuales, cromáticos e icónicos.
- Determinar el nivel de identificación y credibilidad del mensaje.

Grupos Muestra

1. Grupo Objetivo
2. Cliente

Tipo de estudio

Cualitativo y cuantitativo

Estrategia

Llevar a cabo un grupo focal y una entrevista con la institución SHARE Guatemala, para obtener la información necesaria que comprobará la funcionalidad de las piezas de diseño.



Técnica

Entre las técnicas empleadas para llevar a cabo la validación de las piezas de diseño, se encuentran:

- La observación
- La entrevista
- Grupo Focal
- La encuesta

Tácticas

- Diseñar los instrumentos de evaluación.
- Planificar ambas actividades.
- Establecer hora, fecha y lugar.
- Acordar reunión con personas de la institución Share Guatemala y con el sacerdote Walter Santizo, persona que brindo apoyo para llevar a cabo el Grupo Focal.
- Invitar a los participantes.
- Llevar a cabo las actividades.
- Comprobar y tabular los resultados obtenidos a través de las dos actividades realizadas y a través de un instrumento de medición (encuesta).
- Presentación de los resultados por separado de las dos actividades.
- Proceso de interpretación y análisis de la información obtenida.

Instrumentos

Los instrumentos, evalúan la validación y se obtiene información que permite describir y/o explicar sobre la propuesta gráfica.

Debido a que se planificó dos tipos de actividades para validar, se debía evaluar la eficacia de la propuesta gráfica en dos enfoques diferentes, pero con el mismo objetivo que es el de mejorar los resultados de las piezas de diseño. Por lo que se elaboraron tres instrumentos, uno para la entrevista y los otros dos para la actividad del Grupo Focal.

El enfoque del instrumento dirigido a SHARE Guatemala es una fase de retroalimentación en el proceso diseño, que consiste en evaluar y mejorar el material gráfico, así como también si este se integra a la imagen institucional de SHARE Guatemala.

Para el grupo objetivo presente en el grupo focal, uno de los instrumentos tiene como finalidad recopilar información, para evaluar si el material es eficiente y funcional. El otro instrumento, son parámetros de observación, en el cual se obtiene actitudes, gestos, percepciones y emociones del público objetivo a la propuesta gráfica.

Para elaborar los cuestionamientos de los instrumentos, se tomó como base, la funcionalidad, el atractivo visual, la aplicación del color, tipografía, fotografía y otros elementos que conforman el diseño.



4.2 Instrumentos

Parámetros del Observador durante reunión con el Grupo Focal

Fecha de la reunión: _____ Hora de inicio de la reunión: _____

Lugar de desarrollo de la reunión: _____

Número de personas que se encuentran en la reunión: _____

Indicadores para llenar las tablas:

0 ninguna persona 1 persona 2-5 personas 6-10 personas
11-15 personas 16 personas en adelante

Al mostrar las piezas graficas presentadas al grupo objetivo, se puede observar:

INDICADORES	MUCHO	POCO	LE ES INDIFERENTE	NADA
Se intereso al observar las piezas				
Disfruta ver las piezas gráficas presentadas				
Su primera impresión al ver las piezas gráficas fue de agrado y motivación				
Se tomó el tiempo para ver las piezas de diseño				
	20 a 40 seg.	1 min.	2 min.	5 min.
¿Cuánto tiempo se llevó en observar las piezas de diseño?				
	LE LLAMO LA ATENCIÓN		LE FUE INDIFERENTE	
¿Cuál fue la reacción al ver el diseño?				



¿Qué actitudes observa en los participantes durante el desarrollo de la actividad?

¿Puede observar si los participantes tienen alguna dificultad para leer o comprender la información o el concepto de diseño en las piezas gráficas?

INDICADORES	MUCHO	POCO	NADA
Mantuvieron la atención mientras duró la reunión			
Se mantuvieron con agrado durante la reunión			
Mantuvieron la atención en la reunión			

Al finalizar la reunión, ¿Qué actitud pudo observar en los participantes?



Preguntas para el Grupo Focal

1. ¿Cómo catalogaría el mensaje que se presenta en las piezas gráficas?

Claro y recordable

Al principio no se entiende, luego de poner atención, ya comprendo

Extenso, aburrido y ordinario

Inentendible y complejo

2. ¿Cuál es el mensaje?

Dar a conocer el turismo comunitario que se realiza en San Martín Jilotepeque

Promocionar el programa Guatemala Voluntours™

Impulsar a participar en el programa Guatemala Voluntours™

Todas las anteriores

3. ¿Cómo evaluaría el mensaje?

INDICADORES	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Claridad del mensaje				
Impacto				
Hace reflexionar				
Identificación y empatía				
Persuasivo				

4. ¿Se identifica con el tema que expresan las piezas gráficas?

Mucho

Poco

Le es indiferente

No

5. ¿Considera que las piezas gráficas proporcionan la información necesaria para poder contactar y/o participar con Asociación SHARE a través del programa Guatemala VolunTours™?

Suficiente

Adecuado

Escaso



6. ¿Cuál es su impresión al ver el material?

Me llamo la atención

Me fue indiferente

Me causo rechazo

7. ¿Los textos son fáciles de leer y se integran a la imagen?

La letra es clara, de buen tamaño y va acorde con la imagen

La letra es clara, de buen tamaño, pero no va acorde con la imagen

Unos textos pueden leerse con facilidad y otros cuestan entenderlos

La letra se pierde con el fondo

8. ¿Cómo le parecen los colores en las piezas gráficas?

Muy agradables

Agradables - Bonitos Feos

9. ¿Qué le hacen sentir los colores utilizados?

Alegría, calidez, positivismo, diversión, naturaleza, confianza y existe armonía en los colores

Agresividad, energía, desequilibrio y no existe armonía entre ellos

Colores que identifican a nuestro país

10. ¿Qué le transmiten las fotografías?

Son alegres, dinámicas y transmiten la función del proyecto o el mensaje?

Son alegres, dinámicas, pero no transmiten la función del proyecto

Son poco atractivas, aburridas, pero transmiten la función del proyecto

Son poco atractivas, aburridas, y además no transmiten la función del proyecto

No le llaman la atención

Deben sustituirse por otras

11. ¿Dentro del diseño usted cambiaría?

Colores

Fotografías

Tipos de letra

Ninguna de las anteriores



12. ¿Qué es lo que más le llama la atención de todas las piezas gráficas?

Colores

Fotografías

Tipos de letra

Textos (mensaje)

Todas las anteriores

Ninguna de las anteriores

¿Por qué?

Transmite el mensaje

Es dinámico y llama la atención

Es claro y recordable

Todas las anteriores

13. ¿Qué es lo que menos le llama la atención de todas las piezas gráficas?

Colores

Fotografías

Tipos de letra

Textos (mensaje)

Ninguna de las anteriores

¿Por qué?

No transmite el mensaje

Es aburrido y no llama la atención

No va integrado con los demás elementos de diseño

Es inentendible y complejo

14. Después de ver este material, ¿Participaría en el programa Guatemala VolunTours™?

Por supuesto que si, me interesa mucho

Si, me interesa

Posiblemente, me interesa poco

No, no me interesa para nada

Si su respuesta fue no, ¿Por qué no le interesa?



Guía de preguntas para Asociación SHARE Guatemala

1. ¿Cómo le parece el contenido que se presenta en las piezas gráficas?
2. ¿Considera que el grupo objetivo se identificara con el tema que expresan las piezas gráficas?
3. ¿Cree que las piezas gráficas proporcionan la información necesaria para poder contactar y/o participar con Asociación SHARE a través del programa Guatemala VolunTours™?
4. ¿Cuál es su impresión al ver el material?
5. ¿Los textos son fáciles de leer y se integran a la imagen?
6. ¿Los colores utilizados, son adecuados al tipo de tema que se esta promoviendo y que connotación tienen para usted?
7. ¿Qué opina de las fotografías?
8. ¿Cree que el concepto y diseño general de las piezas transmiten la esencia del proyecto Guatemala VolunTours™?
9. ¿Existe algo que no está suficiente claro? ¿Por qué no está claro?
10. ¿Considera que el diseño de las piezas gráficas van integradas a la línea de diseño de la institución?
11. ¿El material presentado identifica a SHARE Guatemala?
12. ¿Considera que este material puede convencer a participar en el proyecto Guatemala VolunTours™?
13. ¿Aprobaría este material para lanzar la campaña publicitaria del proyecto Guatemala VolunTours™?
¿Qué le faltaría?
14. Retroalimentación y Comentarios

Otras preguntas de apoyo

1. ¿Cuál es el mensaje que transmiten las piezas gráficas?
2. ¿Existe algo que no esta suficientemente claro? ¿Qué es? ¿Por qué?
3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de todas las piezas gráficas?
4. ¿Qué es lo que menos le llama la atención de todas las piezas gráficas?
5. ¿Qué sensaciones le hacen sentir los colores?



4.3 Perfil del Informante



Se organizó dos grupos de muestra. El primero grupo formado por dos personas de la institución SHARE Guatemala, Lic. Ana Lorena Ajmac, encargada del del programa Guatemala VolunTours™ y Lic. Juan Carlos Villatoro, Coordinador Gráfico de dicha institución.

El segundo grupo focal, son hombres y mujeres con atributos importantes que definen al público objetivo, entre 20 a 40 años, solteros, casados, residentes en la Antigua Guatemala y ciudad capital, de nivel medio, egresados y estudiantes universitarios, con un nivel económico medio y medio alto. Forman parte de organizaciones, participan en actividades religiosas o voluntarios, algunos son líderes de las mismas y otras personas trabajan en empresas con índole turístico.

4.4 Procedimiento para Validación

Entrevista

La actividad se llevó a cabo en las oficinas centrales de SHARE Guatemala, con una duración de dos horas, el día de 2,011 a las 15:00 horas, en la que participaron: la Lic. Ana Lorena Ajmac, encargada del programa Guatemala VolunTours™; el Lic. Juan Carlos Villatoro, Coordinador Gráfico de la institución y la diseñadora gráfica Gladys Lorena Claudio Ordoñez, quien desarrolla el proyecto.

La reunión se inició con una pequeña introducción sobre la campaña publicitaria para

el programa Guatemala VolunTours™, se puntualizó el grupo objetivo, el concepto creativo y los medios a utilizar, seguidamente se presentó cada una de las piezas gráficas que integran la estrategia de comunicación. Posteriormente se les planteó una serie de preguntas (basadas en el instrumento realizado para Asociación SHARE), las cuales comentaron muy detenidamente, exponiendo además sus sugerencias e ideas.

Al finalizar todas las preguntas, se culminó con la reunión agradeciendo el tiempo brindado.



Grupo Focal

La validación con el grupo focal se realizó en la oficina del Sacerdote Walter Santizo, en la Parroquia Purísima Concepción, ubicada en Ciudad Vieja, Antigua Guatemala, el día domingo 19 de octubre de 2011 a las 12 horas.

El Grupo Focal está conformado por personas que participan en actividades religiosas y/o actividades humanitarias, algunos de ellos son líderes de las mismas, comprendidas entre las edades de 20 a 40 años. La mayoría de los participantes fueron invitados por el Sacerdote Walter Santizo.

El papel de moderador fue llevado por Gladys Lorena Claudio Ordoñez y la función de observador por la Licenciada Evelyn Hernández.

La actividad fue desarrollada de la siguiente manera:

- Bienvenida a los participantes.
- Presentación de los objetivos de la actividad.
- Breve información de SHARE Guatemala y sobre la función del programa Guatemala Voluntours™.

- Explicación precisa del aporte que brindará el proyecto realizado Campaña Publicitaria de Apoyo del Programa Guatemala Voluntours™.
- Presentación de la propuesta gráfica.
- Los participantes llenaron una pequeña encuesta, donde se obtuvo alguna información sobre la funcionalidad de las piezas.
- Discusión y opiniones por parte de los participantes sobre cada una de las preguntas que se les presenta.
- Se agradece a los invitados su participación y colaboración en la actividad.
- Se les brinda un pequeño refrigerio.
- Fin de la actividad.



Reunión de validación, Ciudad Vieja, Antigua Guatemala. Foto: Gladys Lorena Claudio Ordoñez, 2011.



4.5 Resultados de Validación

Resultados de entrevista con Asociación SHARE Guatemala

1. ¿Cómo le parece el contenido que se presenta en las piezas gráficas?



El material esta alineado al grupo objetivo, independiente al nivel socioeconómico al que va dirigido se adapta a cualquier estatus.

Es un diseño muy juvenil, pero al mismo tiempo el manejo de las líneas rectas reflejan seriedad. Los colores son muy atractivos y se adaptan a los colores institucionales.

Sí, va muy bien para el público nacional en cuanto a la presentación, el colorido, el mensaje, incluso a las personas les gusta verse, a un joven le va a gustar ver en los diseños gente joven que tenga las mismas características: socioeconómicas, fisiológicas que él. También es agradable ver la variedad étnica, porque eso no encasilla o no excluye, más adelante se puede variar por personas guatemaltecas.



2. ¿Considera que el grupo objetivo se identificará con el tema que expresan las piezas gráficas?



3. ¿Cree que las piezas gráficas proporcionan la información necesaria para poder contactar y/o participar con Asociación SHARE a través del programa Guatemala VolunTours™?



El trifoliar definitivamente si.
El afiche no puede manejar una información muy detallada porque es un pieza de contacto temporal, pero visualmente si proporciona la información que se necesita, connota la esencia del programa Guatemala VolunTours™.

Es un material muy colorido que atrae ya que llama mucho la atención, da la sensación de calidez.



4. ¿Cuál es su impresión al ver el material?

5. ¿Los textos son fáciles de leer y se integran a la imagen?



Tiene mucho que ver el fondo que este utilizando con las fotografías. En dos de los afiches, el subtítular y el texto de refuerzo (ambos se encuentran dentro de la foto) no contrastan mucho y se pierde el texto, como puede ser también el tamaño de la letra. Contrario a los otros dos afiches que contrastan y resaltan muy bien los textos.

En el trifoliar, el texto se ve muy apretado.



Mucha energía, vida, fuerza, esperanza. El color verde transmite naturaleza y un contexto ecológico. La utilización e integración de los colores en los demás elementos de diseño dan una modalidad juvenil.



6. ¿Los colores utilizados, son adecuados al tipo de tema que se esta promoviendo y que connotación tienen para usted?

7. ¿Qué opina de las fotografías?



Los contextos en las fotos muestran los lugares donde se desarrolla la acción del programa.

Definitivamente si transmite la esencia del programa.



8. ¿Cree que el concepto y diseño general de las piezas transmiten la esencia del programa Guatemala VolunTours™?

9. ¿Existe algo que no está suficiente claro?
¿Por qué no está claro?



Hay ciertas sugerencias que pueden mejorar el diseño y claridad del mensaje, pero el concepto de diseño esta muy bien definido.



Primero, se están manejando los colores que SHARE tiene establecidos, el punto clave allí son los colores institucionales parte de ellos es el rojo y en las piezas se está utilizando el rojo SHARE en un buen porcentaje del material. Respecto al color verde, es un color que SHARE tiene actualmente, que se está integrando como un color secundario.

Aunque no se está diciendo que se tiene que utilizar la misma tipografía Verdana que es la que se usa siempre, en los diseños se está manejando.

No se está utilizando el logo de SHARE, porque se está hablando de algo muy independiente, pero si se está utilizando la referencia al sitio web.



10. ¿Considera que el diseño de las piezas gráficas van integradas a la línea de diseño de la institución?

11. ¿El material presentado identifica a SHARE Guatemala?



La prioridad es enfocarse más a VolunTours™, en sí como marca y como producto, SHARE es solo el apoyo. VolunTours™ no debe desligarse de SHARE, en las piezas no se desliga a SHARE ya que el enlace a través del sitio web lo hace discretamente.

Por supuesto que sí, todas las piezas están bastante buenas. Es un diseño dinámico.



12. ¿Considera que este material puede convencer a participar en el proyecto Guatemala VolunTours™?



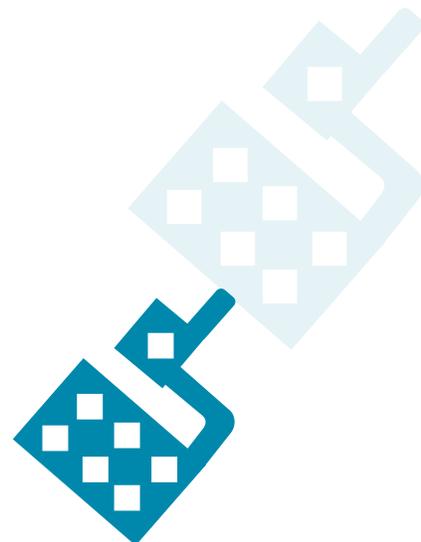
13. ¿Aprobaría este material para lanzar la campaña publicitaria del proyecto Guatemala VolunTours™? ¿Qué le faltaría?



Definitivamente si. Es importante realizar los cambios sugeridos.

- El material está bastante bueno.
- El manejo de los colores, los símbolos mayas brindan lo guatemalteco en el diseño, sin caer en el abuso de todo lo típico, sino que lo tiene de una manera muy sutil.
- Pequeños detalles fueron establecidos para mejorar el diseño final, como, colores en texto, colocación de logotipo, uso indicado de pantalla para resaltar texto, entre otros.
- Colocar en todas las piezas de diseño el icono de facebook.
- Reestructurar diagramación y diseño del trifoliar, especialmente, en la parte interna y la parte donde se encuentran las fotografías. Se recomendó combinar o jugar con formas en las fotos para dar un plus a lo visual, aunque las imágenes se mantienen. En cuanto al texto, dar más espacio, el itinerario se quedó en cuatro días.
- Se propuso que el Welcompact, además de full color, cuente también en escala de grises y en formato de impresión a una tinta en papel craft.
- Se seleccionó el diseño del Welcompact de dos propuestas presentadas.
- Solicitaron dejar ciertas piezas de diseño en plantillas de Publisher y/o PDF.

14. Retroalimentación y Comentarios





Resultados de la observación realizada en el Grupo Focal

- Las personas asistieron a la actividad con agrado y curiosidad.
- El número de participantes en la actividad fue de 18 personas.
- Los participantes, durante el desarrollo de la actividad, mostraron interés, motivación, actitud muy observadora y con mucha atención en el material gráfico, aunque no la leyeron por completo.
- En toda la actividad, los participantes mostraron mucha participación.
- La mayoría de los participantes no tuvieron ninguna dificultad para leer o comprender la información o el concepto de diseño en las piezas gráficas. Las personas que tuvieron dificultad, fue más que nada en la información del Welcompact, ya que se encontraba en el idioma inglés.
- Los participantes, en el momento de terminar la actividad se mostraron contentos, alegres e interesados en un proyecto para su comunidad religiosa.

A continuación, se muestra otros resultados obtenidos de la observación.

Indicadores para llenar la tabla: Escribir el número de personas que muestre el indicador en los diferentes valores (mucho, poco, le es indiferente, nada).

Al mostrar las piezas gráficas presentadas al grupo objetivo, se puede observar:

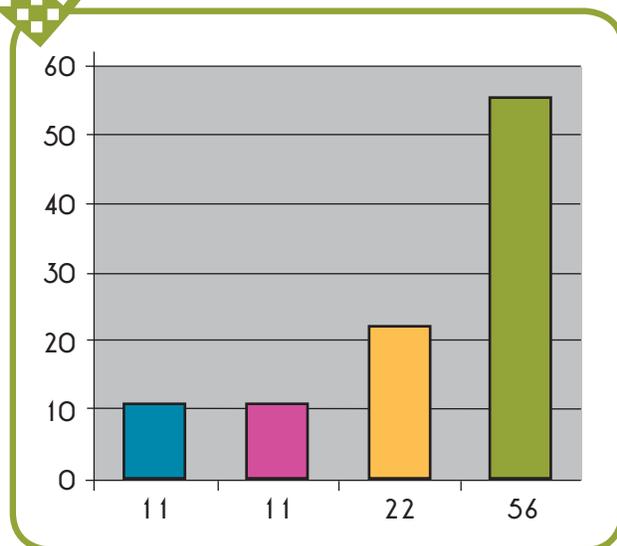
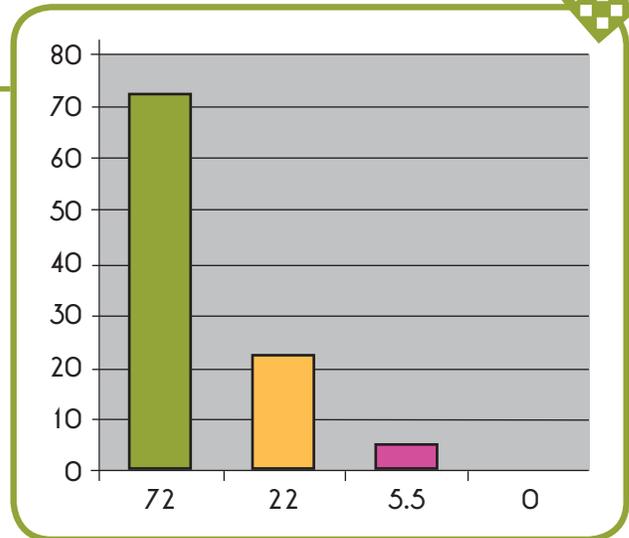
INDICADORES	MUCHO	POCO	LE ES INDIFERENTE	NADA
Se interesó al observar las piezas	18			
Disfruta ver las piezas gráficas presentadas	18			
Su primera impresión al ver las piezas gráficas fue de agrado y motivación	18			
Se tomó el tiempo para ver las piezas de diseño	18			
	20 a 40 seg.	1 min.	2 min.	5 min.
¿Cuánto tiempo se llevó en observar las piezas de diseño?			17	1
	LE LLAMO LA ATENCIÓN		LE FUE INDIFERENTE	
¿Cuál fue la reacción al ver el diseño?		17	1	



Resultados de Grupo Focal

1. ¿Cómo catalogaría el mensaje que se presenta en las piezas gráficas?

- Claro y recordable
- Al principio no se entiende luego de poner atención ya comprendo
- Extenso, aburrido y ordinario
- Inentendible y complejo

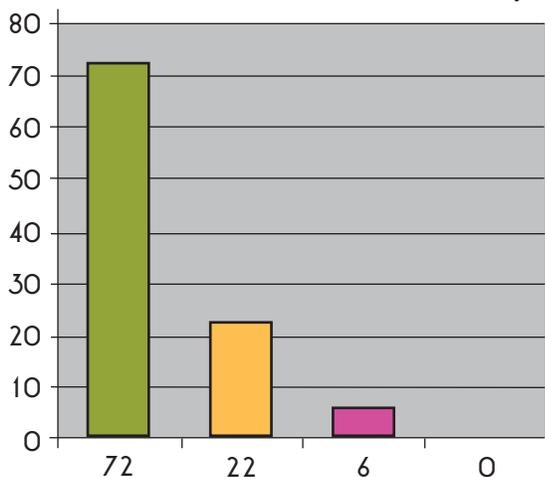


2. ¿Cuál es el mensaje?

- Dar a conocer el turismo comunitario que se realiza en San Martín Jilotepeque
- Promocionar el programa Guatemala VolunTours™
- Impulsar a participar en el programa Guatemala VolunTours™
- Todas las anteriores



Claridad del mensaje

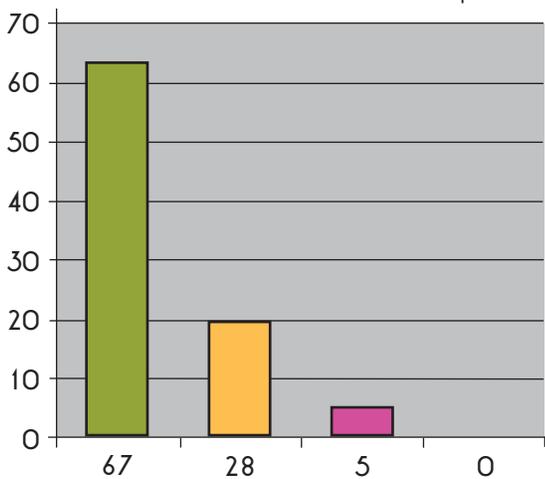


3. ¿Cómo evaluaría el mensaje?

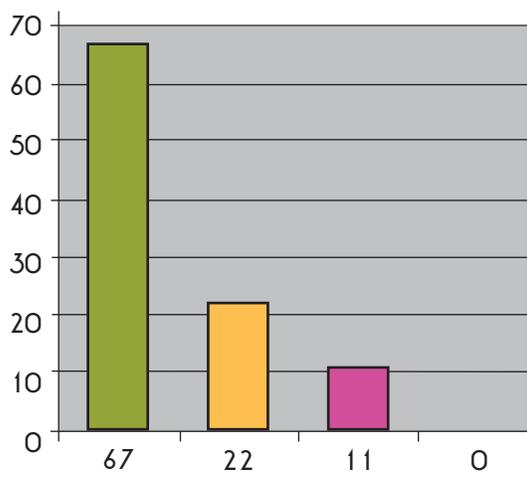
- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada



Impacto

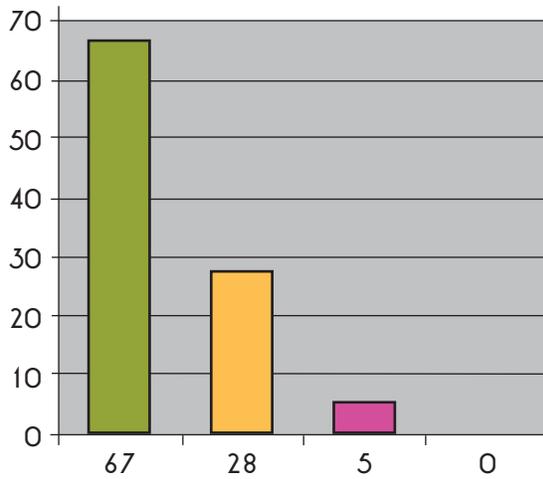


Hace reflexionar





Identificación y empatía

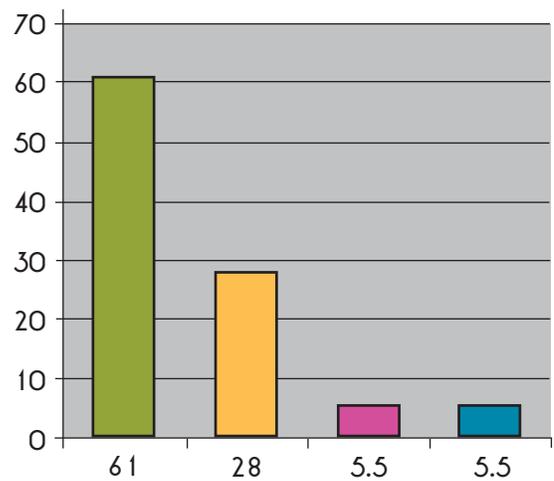


3. ¿Cómo evaluaría el mensaje?

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada



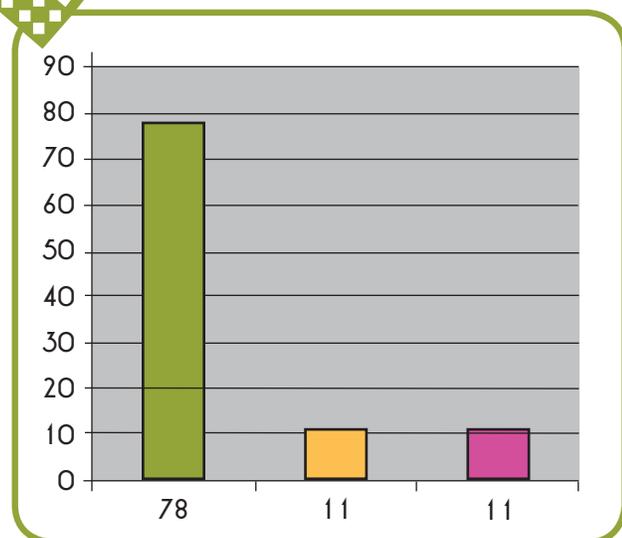
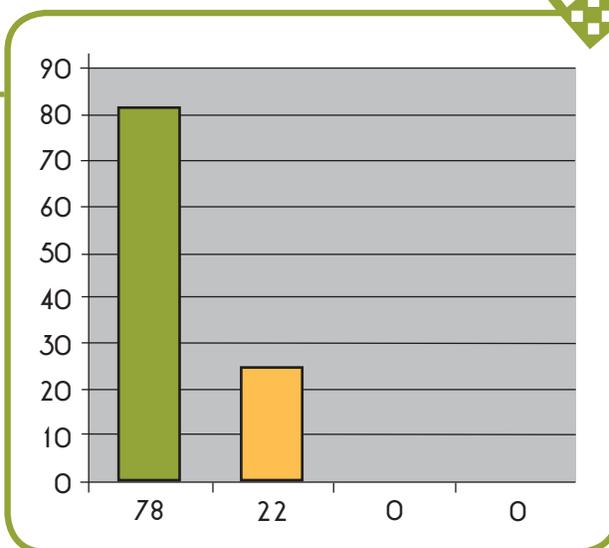
Persuasivo





4. ¿Se identifica con el tema que expresan las piezas gráficas?

- Mucho
- Poco
- Le es indiferente
- No



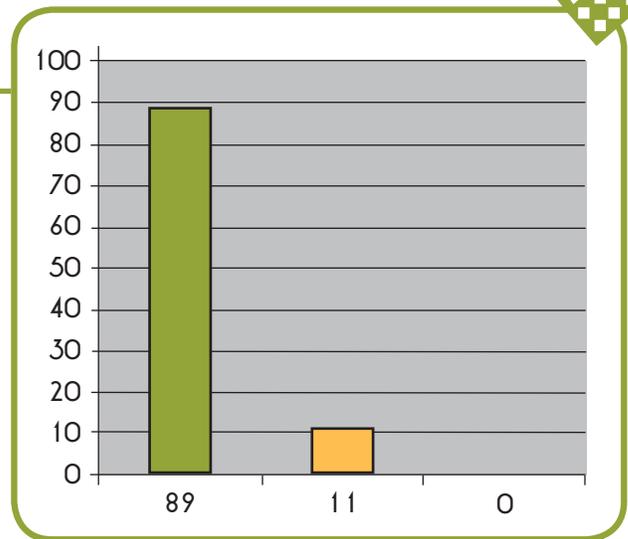
5. ¿Considera que las piezas gráficas proporcionan la información necesaria para poder contactar y/o participar con Asociación SHARE a través del programa Guatemala VolunTours™?

- Suficiente
- Adecuado
- Escaso



6. ¿Cuál es su impresión al ver el material?

- Me llamo la atención
- Me fue indiferente
- Me causo rechazo



Unos textos pueden leerse con facilidad y otros cuesta entenderlos por la legibilidad entre ellos el subtítulo que se encuentra en color amarillo y el texto de apoyo debe tener mayor tamaño. Consideraron que la letra va acorde con la imagen.



7. ¿Los textos son fáciles de leer y se integran a la imagen?

8. ¿Cómo le parecen los colores en las piezas gráficas?



Todas las personas presentes en el grupo focal expresaron que les llamo la atención los colores y la armonía entre ellos.



Les hacen sentir alegría, calidez, positivismo, diversión, naturaleza, confianza e identifican a nuestro país.



9. ¿Qué le hacen sentir los colores utilizados?

10. ¿Qué le transmiten las fotografías?



Son alegres, dinámicas y transmiten la función del proyecto. Se integran muy bien al mensaje, motivan a querer buscar ese espacio, para poder estar en un momento de tranquilidad y pensar en uno mismo; pero, también en que hay personas que nos necesitan y que podemos ayudar. Por otro lado, argumentaban que impactaba como los voluntaristas compartían con las personas de las comunidades. Sugirieron que sería bueno, de ser posible, colocar en el diseño fotografías con personas guatemaltecas, para tener más identificación con el programa y decir: "allí también puedo estar yo..."

En el afiche, el tamaño de letra de la dirección del sitio de internet de Share, que sea algo importante de resaltar.

El color amarillo donde dice: "Haz una pausa...", porque cuesta distinguirlo.



11. ¿Dentro del diseño usted cambiaría?



12. ¿Qué es lo que más le llama la atención de todas las piezas gráficas? ¿Por qué?



Los colores, las fotografías, la información y el mensaje. Porque transmiten el mensaje, el diseño es dinámico, llama la atención, es claro, recordable y concreto.

En los afiches, uno de los elementos que llama menos la atención es el texto de abajo, precisamente porque no es muy legible, es importante que el contacto pueda verse fácilmente y esta pueda memorizarse para buscar más información.



13. ¿Qué es lo que menos le llama la atención de todas las piezas gráficas? ¿Por qué?

14. Después de ver este material, ¿Participaría en el programa Guatemala VolunTours™?



La mayoría expreso que si le interesa mucho, que le había llamado bastante la atención.



4.6 Análisis e Interpretación de Resultados

De la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos en el Grupo Focal, se obtienen las siguientes conclusiones:

- El diseño es muy dinámico y llama la atención.
- El grupo objetivo se identificó con el tema que expresan las piezas gráficas.
- El mensaje es concreto, claro y recordable. Impacta y hace reflexionar.
- Manifiestan que el mensaje da a conocer el turismo comunitario que se realiza en San Martín Jilotepeque, promueve e impulsa a participar en el programa Guatemala VolunTours™.
- Para las personas presentes en el Grupo Focal, los colores connotan alegría, calidez, positivismo, diversión, naturaleza, confianza e identifican a nuestro país.
- Las fotografías son alegres, dinámicas y transmiten la función del proyecto. Se identificaron mucho con ellas, porque incitan a buscar esas actividades, impacta como los voluntaristas comparten con las personas de la comunidad, el contexto que muestran.
- La tipografía va acorde con la imagen.
- La información en las piezas de diseño (boletín, tríptico), es concreta pero enfocada en lo que se desea comunicar. Les gusta mucho la muestra del itinerario.
- Resaltar más impacto visual en los signos de avanzar, encender y apagar, para que no se consideren que es parte de los símbolos mayas.
- Indicaron específicamente que textos eran poco legibles, por el color o por el tamaño.
- Sugieren que sería bueno, de ser posible, colocar en el diseño fotografías con personas guatemaltecas, para tener más identificación con el programa.
- Opinan que las piezas gráficas proporcionan la información necesaria para contactar y/o participar con Asociación SHARE a través del programa Guatemala VolunTours™, pero indican que los datos de contacto como la dirección del sitio web de SHARE, sea algo importante que resaltar, más legibilidad, para que el grupo objetivo pueda memorizarlo y posteriormente buscar más información.
- Se propuso que se utilizarán los afiches en San Martín Jilotepeque y sus comunidades, pero el texto en su lengua nativa.
- El diseño y funcionalidad de las piezas son adecuadas para el grupo objetivo.
- La información proporcionada, motiva al grupo objetivo a conocer el proyecto Guatemala VolunTours™ y despertar el interés de participar en él.



4.7 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

Fundamentación

El presente proyecto ha sido basado en el proceso de diseño que plantea Gavin Ambrose y Paul Harris en su libro Metodología de diseño.



“Conéctate a la Vida” es el concepto creativo que dio lugar al desarrollo y unidad a la propuesta de diseño que se plantea, para la problemática expuesta en este proyecto.

El concepto creativo consiste en vincular al grupo objetivo a través de un mensaje que cuestiona la vida cotidiana, la rutina diaria que todos debemos realizar, pero que esta misma, alguna o la mayoría de veces, nos hace olvidar la esencia de la vida...es momento de hacer una pausa y cambiar el enfoque...para interactuar y compartir con nuestra gente, disfruta de la naturaleza, paisajes y costumbres de nuestro país; renovar el espíritu... para participar en proyectos comunitarios donde se experimente el trabajo en equipo, la solidaridad y demás valores; disfrutar y experimentar... a través de actividades turísticas, que realzan aspectos importantes de nuestra Guatemala.

Se aplicó colores institucionales: el color verde, un color natural que tiene connotación de paz,

tranquilidad, seguridad, esperanza que contrasta con el color rojo, un color que destaca las emociones, sugiere pasión, fuerza, corazón, impulso, actividad y es un color que capta mucho la atención de las personas.

Entre los otros colores utilizados en los detalles típicos se encuentra el amarillo que representa: luz del sol, entusiasmo, actividad voluntad, espiritualidad, dinámismo; el azul que designa infinitud, inteligencia, recogimiento, paz, descanso, confianza, serenidad y pureza; el magenta; el naranja que representa estímulo, acción, entusiasmo, y es vibrante, cálido, vivo y claro.

Los colores aplicados, en la tipografía, fueron: el blanco que significa reposo, limpieza, pureza, es muy legible con el color verde y rojo que tiene de fondo; el negro que transmite la seriedad y firmeza del proyecto.



La integración y armonía del uso de los colores producen un efecto alegre, vivo, fresco y dinámico.

El estilo de diseño, a través de líneas diagonales con la inclinación hacia la derecha, se asocia con los sentimientos positivos, dinamismo y progreso; por ser una línea larga da la sensación de vida y vivacidad .

Los elementos iconográficos transmiten sutilmente figuras geométricas que connotan las formas o figuras mayas que vemos en textiles y/o artesanías típicas de nuestro país, brindando un entorno típico pero al mismo tiempo actual.

Los iconos tecnológicos (encendido-apagado, adelantar, pausa), son elementos que identificamos y utilizamos diariamente; pero, en el diseño connotan estados de ánimo; encendido-apagado: cuando no tenemos ganas de hacer nada, no nos importa nada...; adelantar: cuando vivimos solo corriendo, con estrés...; pausa: haz un alto en tu vida... toma el tiempo...para ti y para los demás.

El contexto de las fotografías enfatiza la función, lugares y actividades que se desarrollan dentro del programa Guatemala Voluntours™. Al mismo tiempo, muestran la variedad étnica y que el grupo objetivo se identifique con las personas que ven en las fotografías.

Se encuentra ubicado en un espacio estratégico el logotipo de Guatemala Voluntours™, para que el programa sea identificado y también el icono de Facebook, para que el grupo objetivo pueda tener contacto con el programa a través de las redes sociales.

El eslogan tiene establecida la utilización de la fuente CAC Logo Alternate.

El titular ubicado en un lugar estratégico dentro del formato de diseño, se realizó con el tipo de letra Pilsen Plakat, la cual pertenece a la familia tipográfica Sans Serif, que se caracteriza por no tener adornos ni remates, sin variaciones de grosor en sus astas, sino, más bien, un grosor homogéneo a todo lo largo. Se utiliza para expresar actualidad y fuerza.

La frase complementaria del titular, como también para el demás texto, se usó la tipografía Century Gothic, que también pertenece a la familia tipográfica contemporánea, en altas y bajas, con rasgos ascendentes y descendentes.

El formato de cada pieza gráfica se propone de manera justificada en los lineamientos, para la puesta en práctica del proyecto.

Para posicionar el concepto creativo en la mente del grupo objetivo, se utilizó un lenguaje informal, con un mensaje positivo y de enfoque social que informe, cree conciencia, invite a la acción y acercamiento al programa Guatemala Voluntours™.

Con base en los resultados obtenidos de la validación y a lo descrito anteriormente, es posible afirmar que el programa Guatemala Voluntours™ actualmente cuenta con una identidad visual profesional y con una campaña publicitaria de apoyo que cumple con todos los objetivos de la institución y del presente proyecto.



Propuesta Gráfica Final

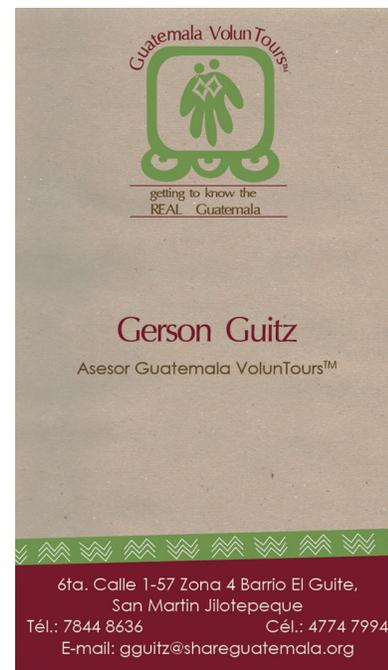
A continuación se presenta el diseño final de todas las piezas gráficas que conforman la campaña publicitaria de apoyo para el programa Guatemala VolunTours™.

Tarjetas de presentación

Opcion 1



Opcion 2





Afiches

Quieres estar... 

Haz una  y date un tiempo a ti mismo.

Animate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema,
apoyando en actividades
de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org



Vives en... 

Haz una  y dale un tiempo a los demás.

Animate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema,
apoyando en
actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org





Afiches

Quieres estar... 

Haz una  y date un tiempo a ti mismo.

Anímate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org



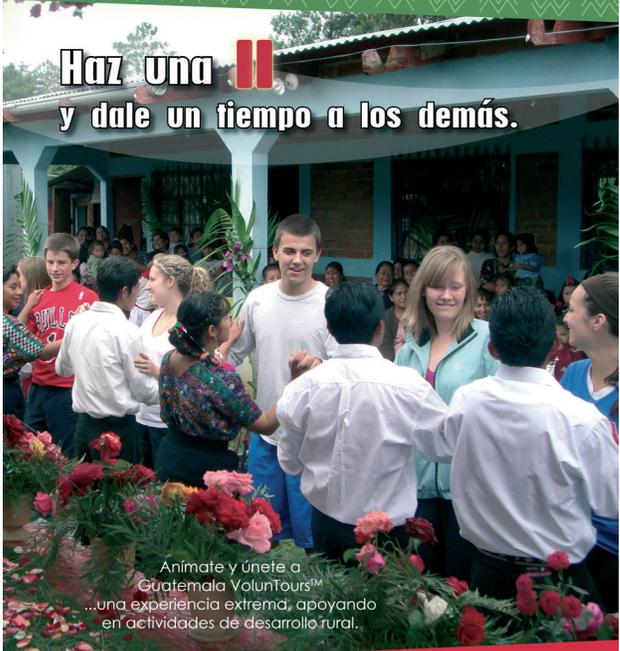
Vives en... 

Haz una  y dale un tiempo a los demás.

Anímate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

Getting to know the REAL Guatemala

 www.shareguatemala.org





Trifoliar

Guatemala
VolunTours™

SHARE
GUATEMALA

Oficinas en Guatemala
Cantón Reforma, Callejón Ismatul, Casa No. 8
San Lucas Sacatepéquez, Guatemala
PBX: (502) 7828 2626 Fax: (502) 7828 2627
www.shareguatemala.org

Oficinas en España
c/ Sant Oleguer 94 Bajos
08202 Sabadell, Barcelona (España)
Tel: (0034) 937156075
www.asociacionshare.es

Facebook icon

Quieres estar...

Haz una II
y date un tiempo a ti mismo.

Getting to know the REAL Guatemala

Guatemala
VolunTours™

SHARE
GUATEMALA

Oficinas en Guatemala
Cantón Reforma, Callejón Ismatul, Casa No. 8
San Lucas Sacatepéquez, Guatemala
PBX: (502) 7828 2626 Fax: (502) 7828 2627
www.shareguatemala.org

Oficinas en España
c/ Sant Oleguer 94 Bajos
08202 Sabadell, Barcelona (España)
Tel: (0034) 937156075
www.asociacionshare.es

Facebook icon

Vives en...

Haz una II
y date un tiempo a los demás.

Getting to know the REAL Guatemala



Trifoliar

Guatemala VolunTours™

Asociación SHARE de Guatemala es una organización que provee a sus participantes, clientes y cooperantes servicios de excelencia, para impulsar oportunidades de desarrollo participativo y sustentable, así como asistencia en casos de emergencia; para que las personas vulnerables sean capaces de mejorar su calidad de vida.

El programa Guatemala VolunTours™ promueve la participación directa de personas voluntarias, quienes en un período breve aportan su mano de obra en diversos programas de SHARE en las comunidades rurales, combinando con actividades de convivencia cultural, trabajo social y de turismo rural comunitario.

Área en donde se realiza la actividad voluntaria: Comunidades rurales del Municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.



Visión

Ser un programa competitivo de escala mundial, auto sostenible y confiable que proporcione a los participantes en el proceso servicios de excelencia y oportunidades de intercambio, aprendizaje y desarrollo.

Misión

Brindar servicios innovadores y sostenibles de calidad a través de un intercambio de ideas y experiencias culturales participativas que contribuyen a generar un cambio en los participantes en el proceso.

Nuestros VALORES

Servicios de excelencia
Auto sostenibilidad
Confiability



Ejemplo de un itinerario de trabajo:

DÍA	ACTIVIDAD
Día 1	Traslado a San Martín Jilotepeque, Chimaltenango Orientación Almuerzo Traslado a la comunidad: Ceremonia de bienvenida Cena
Día 2	Desayuno Visita al Mercado local Trabajo voluntario Almuerzo Trabajo voluntario Presentación por un miembro de la comunidad: Migración Cena
Día 3	Desayuno Visita a Escuela de Educación Especial Traslado a Mixco Viejo –ruinas mayas- Tour guiado en las ruinas Almuerzo en las ruinas Traslado a San Martín Jilotepeque Cena
Día 4	Desayuno Trabajo voluntario Taller dirigido a los niños: Lavado correcto de manos Manualidades con los niños Almuerzo Partido de fútbol Ceremonia de clausura Cena

Costos incluyen transporte, alimentación, hospedaje, materiales y recursos para realizar la actividad voluntaria. Costos varían de acuerdo al tamaño del grupo y cantidad de días disponibles para trabajar en la comunidad.

www.shareguatemala.org



Anuncio de Revista

Media página

Getting to know the REAL Guatemala

Guatemala VolunTours

Anímate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

PBX: (502) 7828 2626 www.shareguatemala.org Fax: (502) 7828 2627

Cuarto de página

Getting to know the REAL Guatemala

Guatemala VolunTours

Anímate y únete a Guatemala VolunTours™
...una experiencia extrema, apoyando en actividades de desarrollo rural.

www.shareguatemala.org

PBX: (502) 7828 2626 Fax: (502) 7828 2627



Diseño de Bus





Welcompact

Itinerary

Date	Activity
DAY 1 Tuesday August 10th	6:30 Check out and drive to SHARE's offices in San Lucas Welcome at SHARE and Orientation – Meet SHARE Staff 11:00 Drive to San Martín Jilotepeque – SMJ Lunch in SMJ – Check in and room distribution 14:30 Drive to the community Welcome ceremony 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 2 Wednesday August 11th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to the community • Solidarity work project 12:00 Lunch • Community hike • Afternoon- Presentation: Civil War in Guatemala – by a community member 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 3 Thursday August 12th	7:00 Breakfast 8:00 Visit to the local market; Market day in SMJ 9:00 Drive to other communities: Visit to finished projects made by other groups 12:00 Lunch in SMJ 13:00 Drive to the community • Solidarity work project • Presentation: Migration – by a community member 16:30 Thank you words by community members. 17:30 Drive to SMJ 18:00 Dinner in SMJ
DAY 4 Friday August 13th	7:00 Check out and Breakfast 8:00 Visit school with special needs children in SMJ 9:00 Tour of SHARE's Medical Center 9:30 Drive to Mayan ruins: MIXCO VIEJO - Boxed lunches 14:00 Drive to Antigua Guatemala: • Check in and room distribution 18:00 Dinner in Sabe Rico: Cena típica
DAY 5 Saturday August 14th	8:00 Breakfast 9:00 Macadamia Tour: Finca Valhalla 10:30 Itzaflores tour and Lunch: San Antonio Aguas Calientes 12:30 Coffee Tour: Finca La Azotea 15:30 Drive to the hotel for resting. 18:00 Dinner in Sabe Rico: Soup and Salad
DAY 6 Sunday August 15th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to Pacaya to Hike the Volcano 14:00 Drive to Antigua: Time off in Antigua - Maps of Antigua will be provided 18:00 Closing Dinner in Sabe Rico: Papián
DAY 7 Monday August 16th	7:30 Check out and Breakfast 8:45 Drive to Aurora International Airport

Guatemala VolunTours™

Chimaltenango

Population: Approximately 471,758
Territory: 1979 km sq.
Languages: K'iche', Kaqchiquel, Spanish

- Chimaltenango
- San José Paquíl
- San Martín Jilotepeque
- Comalapa
- San Antonio
- Teccán Guatemala
- Patzún
- Pochuta
- Patzicía
- Santa Cruz Balanyá
- Acatenango
- Yepocapa
- San Andrés Itzapa
- Parramos
- Zaragoza
- El Tejar

Guatemala VolunTours™

San Martín Jilotepeque at a Glance

Altitude
1,100-1,900 m.
(3,609- 6,233 ft)

Typical Crafts
Woven Textiles,
Candied Fruits

Typical Dishes
Pulique (Tomato-based
Chicken Stew), Suban-ik
(Chicken and Pork Soup
served with tamales)

Languages
Spanish, K'akchiquel

Patron Saint
San Martín de Tours

Municipal Fair
November 9 - 11

Climate
Mild: 5° - 32° C
(41 - 89.6° F)

"Jilotepeque" or "Xilotepeque" is a Nahuatl name: Xilotle (fresh ear of corn) and Tepell (hills), or Hills of Fresh Corn. San Martín Jilotepeque was first settled in the post classic Maya period of the 13th century. The first settlement occurred in "Chwa Nima Ab'aj", by migrant Chajomas from Joyabaj.

The city of Chwa Nima Ab'aj (today known as the Ruins of Mixco Viejo), developed into a strategic center for the K'akchiquel people, divided among three main populations: Acajal, Cojoma and K'akchiquel. Chwa Nima Ab'aj was located a few kilometers from the convergence of the Pixcaya and Motagua rivers, in the north-eastern corner of the department of Chimaltenango, on a plateau over 80 meters high. Because of its location, the site became a stronghold that was difficult for the Spanish conquistador Pedro de Alvarado to conquer. The city became the site for many battles between the Spanish and the K'akchiquel.

Currently, San Martín Jilotepeque is a peaceful municipality, comprised of a population that is 87% indigenous. During the armed conflict that lasted from the 1960's through the 1990's, the rural and indigenous populations of San Martín suffered many losses and injustices, at the hands of both the guerrilla and the national armed forces. As a result, the communities of San Martín tend to be tight-knit and well organized.

The economy of San Martín Jilotepeque is mainly agricultural. The mild climate and fertile soil of the area facilitate the production of a variety of fruits and vegetables, aside from the more traditional production of maize and beans. Many villages and hamlets have taken to producing non-traditional crops, such as beets, kale and sweet potato, on community garden plots in order to diversify crop production and consumption. This is especially important in San Martín, as the majority of the population lives on less than \$2.00 a day and depends on subsistence farming.

The women of San Martín Jilotepeque are nationally recognized for their intricate huipiles, the hand-woven traditional blouses that tend to be homemade and worn on a daily basis by most Sanmartinecas. Sanmartinecas on the other hand, tend to dress in western clothing, with the exception of special ceremonies and during the municipal fair in November.

Though some tourists travel to San Martín for a day to visit the rivers or the ruins, the municipality and its 105 villages and hamlets remain largely unknown to the vast majority of tourists who enter the country, which lends an air of tranquility to the warm, green back roads of San Martín Jilotepeque.

Guatemala VolunTours™

Project Profile

Department: Chimaltenango
Municipality: San Martín Jilotepeque

Project
Primary School Infrastructure – Painting the classrooms
Health services maintenance – Donation of paint for Centros de Convergencia
Environmental care – Donation of trees to SHARE's beneficiaries.

Strategic Objective
Improve the study environment of participants at the official rural primary school in EL PLATANAR, San Martín Jilotepeque.

Specific Objectives
1. Provide a more pleasant environment for the learning process.
2. Improve the infrastructure of the school.

Project Duration: August, 2010

Project Description
The educational community of EL PLATANAR requested support in the maintenance of the school building, as in the history of the school they have not received full government support for this activity.
The request was granted, given that the municipal funds allotted for school infrastructure projects do not prioritize rural schools, and the need for a cleaner greener and better environment will improve

the learning process. This school infrastructure project will be accomplished by offsetting the funds provided in the Guatemala VolunTours™ Program and with the community collaboration.

Beneficiaries
Direct: 234 students and 8 teaching staff members
Indirect: 47 families in the area

Project Labor and Technical Staff
The unqualified manual labor will be provided by the community. SHARE staff will monitor the overall implementation of the project. VIA INTERNATIONAL volunteers will provide manual labor for the solidarity project.

Coordination with Community
The PTA will work jointly with students' families in order to provide the manual labor for work project, as well as general coordination required for project implementation.

Guatemala VolunTours™

Welcompact



Cultural Guide

In general, the families of San Martín Jilotepeque are welcoming and receptive to foreigners. However, some events regarding questionable child adoptions in the recent past have brought to light some important issues to consider while visiting communities and family homes.

Additionally, it is important to be culturally respectful and implement basic safety practices while visiting any community for the first time. Please remember, as a volunteer, you represent all institutions involved in the program.

Below are some reminders of Do's and Don'ts that will help ensure your safety and comfort.



Do	Don't
Stay in groups of at least four while visiting San Martín Jilotepeque	<ul style="list-style-type: none"> Wander away from the group while visiting the community or on hikes and tours Visit a family home individually
Use the group settings for interaction with children and minors	<ul style="list-style-type: none"> Find yourself alone with children Touch children outside of the group interaction activities
Pose questions regarding family customs	<ul style="list-style-type: none"> Ask questions regarding children's habits and daily routines. Ask questions regarding child adoption
Feel free to make donations to Guatemala VolunTours™ for community use	<ul style="list-style-type: none"> Give gifts to community members directly
Brush your teeth and drink using only bottled water .	<ul style="list-style-type: none"> Buy, eat, or drink from street vendors.

Guatemala VolunTours™



Project Profile

Logistics			
Important Contact Numbers	Ana Ajmac 5306-1568	Candy Facemeyer 4078-6095	Group Leader 4992-4020
When dialing from the US, dial 011-502-XXXX-XXXX	SHARE Central Offices 7828-2626 SHARE San Martín Offices 7883-0435 Hotel Posada San José (San Martín Jilotepeque) 7844-8557 Full Moon Café (San Martín Jilotepeque) 5363-6083 Hotel Palacios Chico (Antigua Guatemala) 7832-3895 Hotel Casa Antigua (Antigua Guatemala) 7832-9090 Hotel Aurara (Antigua Guatemala) 7832-0217		
When dialing from GT to the US, dial 001 – (area code) – XXX-XXXX			
Water	While in San Martín, the community, Antigua Guatemala and Pacaya, please be sure to have a water bottle with you at all times, especially during hikes and work project sessions. Purified water is provided and the bottles can be refilled during community visits by your SHARE guide (Ana or Candy).		
Sun Protection	The sun is strong in Guatemala, sun protection is advisable for everyone, but especially those who have fair skin and tend to burn. Sun screen, hats, and sunglasses should be used while outdoors.		
Bug Repellent	Rainy season is high bug season. Bug repellent is advisable any time of the year you visit Guatemala, especially while outdoors during the work project sessions, hikes, and tours.		
Supplies Box	The supplies box is with us at all times. Inside you will find snacks, juices, first aid kit, toilet paper, sun block, and bug repellent. Please help yourself; the contents are for your use!		
Weather Information	May - October is the rainy season. Please have your raincoat/umbrella with you; thunderstorms can appear out of nowhere! November - February is cold. Always have a warm jacket with you. March - April is summer time. Please use fresh/light clothes.		
Toilet Paper	When using the bathroom, toilet paper always goes in the trash can, never in the toilet. The pipes here are not equipped to handle toilet paper and you could clog the toilet.		
Others	You will be working with cement or paint. Please wear appropriate clothes and shoes that will help you do a great job. For hiking Pacaya please have lots of energy, wear pants and good hiking shoes.		

Guatemala VolunTours™



Tourist places information

Mixco Viejo is an archaeological site in the north east of the Chimaltenango district of Guatemala, some 50 km to the north of Guatemala City. It is a moderate sized ruined city of the Post-Classic Era Maya civilization.

Mixco is usually considered the capital of the Pocomam Maya kingdom, and was sometimes known as Pocomam and Saq'aj'ol Nimakaapek in addition to Mixco. An alternative theory holds that it was instead a northern outpost of the K'iche', and its current identification as Mixco Viejo is the result of confusion with Jilotepeque Viejo.

The site was founded on a defensive location mountain top in the 12th century, the peak population in the early 16th century may have been around 10,000 people. It was conquered by Spanish Conquistador Pedro de Alvarado in 1525 after a siege of more than 3 months. The Conquistadores then had the city burnt and depopulated.



The ruins have the remains of over 120 major structures, including temples, palaces, and courts for playing the Mesoamerican ballgame.

Archaeological excavations were carried out from 1954 through 1967 by the Musée d'Homme de Paris under the direction of archaeologist Henri Lehmann.

The site is open to tourist visits and has a small museum. The site's architectural remains are less impressive than many larger Maya sites, but the dramatic mountain top location with scenic views are enjoyed by many visitors.



Pacaya is an active complex volcano in Guatemala, which first erupted approximately 23,000 years ago and has erupted at least 23 times since the Spanish conquest of Guatemala. Pacaya rises to an elevation of 2,552 metres (8,373 ft). After being dormant for a century, it erupted violently in 1965 and has been erupting continuously since then.

Pacaya is a popular tourist attraction. Pacaya lies 30 kilometres (19 mi) southwest of Guatemala City and close to Antigua. The volcano sits inside the Escuintla Department.

Guatemala VolunTours™



Tourist places information

Antigua Guatemala

is a city in the central highlands of Guatemala. It has been designated a UNESCO World Heritage Site. Although is the smallest department of the country (465 km²), it is one of the most important ones because of its tourist and historical value. Antigua Guatemala is located at 45 km from Guatemala City.

Population
The city had a peak population of some 60,000 in the 1770s; the bulk of the population moved away in the late 18th century. According to the 2007 census, the city has some 34,685 inhabitants.

History
La Antigua Guatemala means the "Old Guatemala" and was the third capital of Guatemala. On March 10, 1543 the Spanish conquistadors founded present-day Antigua, and it was named Santiago de los Caballeros. For more than 200 years it served as the seat of the military governor of the Spanish colony of Guatemala, a large region that included almost all of present-day Central America and the southernmost state of Mexico: Chiapas. In 1566 King Felipe II of Spain gave it the title of "Muy Noble y Muy Leal" ("Very Noble and Very Loyal").

In 1773, a series of earthquakes destroyed much of the town, which led to the third change in location for the city. The Spanish Crown ordered (1776) the removal of the capital to a safer location, the Valley of the Shrine, where Guatemala

City, the modern capital of Guatemala, now stands. The badly damaged city of Santiago de los Caballeros was ordered abandoned, although not everyone left, and was referred to as La Antigua Guatemala, or Old Guatemala.

Important Ruins and other tourist attractions

- Church and Convent of Capuchins
- Cathedral of San José
- Ruins of old San José
- Church School of Christ
- Church of San Francisco
- Museum of Colonial Art, in the former San Carlos University Building
- The Jade museum



Guatemala VolunTours™





Welcompact

Feedback Sheet

On behalf of SHARE Guatemala and the communities of San Martín Jilotepeque we would like to thank you for your participation in Guatemala VolunTours and for supporting us in our mission to create a self sustainable, equal and prosperous society. We greatly appreciate your feedback; it allows us to ensure that our VolunTours program continues to drive participatory development opportunities in way that is meaningful and enjoyable to all participants.

- Please share with us how this experience was meaningful to you.

- Were your expectations satisfied during your experience with Guatemala VolunTours? Please explain why or why not?

- In San Martín Jilotepeque and the community, what activity did you enjoy most and why?

- In San Martín Jilotepeque and the community, what activity did you enjoy least and why?

- In tourist part of your visit, what activity did you enjoy most and why?

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 9

Feedback Sheet

6. In tourist part of your visit, what activity did you enjoy least, and why?

Please rate the services we have provided for you, on a scale from 1 – 10, 10 being the best and 1 the worst.

Transportation

Food in San Martín Jilotepeque

Food in your tourist location

Hotel in San Martín Jilotepeque

Hotel in your tourist location

Comments, Suggestions, or Recommendations:

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 10

Evaluación Comunidad

Evaluación Comunidad

De Parte de Asociación SHARE de Guatemala, queremos agradecer a la comunidad de _____ por su colaboración con SHARE y el grupo de norteamericanos en la fecha _____ en el programa Guatemala VolunTours. Agradeceríamos llenaran esta hoja de retroalimentación, la cual servirá para la constante mejora del programa. Apreciamos mucho el tiempo que se tome en llenar la misma.

- ¿Qué esperaba al participar en el Programa Guatemala VolunTours?

- ¿Cree usted que la visita del grupo contribuyó a lograr los objetivos de la comunidad? ¿Por qué?

- Cuéntenos de una experiencia inolvidable que usted recuerda del grupo.

- ¿Qué actividad de la visita disfrutó más? ¿Por qué?

- ¿Qué actividad de la visita disfrutó menos? ¿Por qué?

- ¿Qué aprendió de esta experiencia?

Sugerencias o recomendaciones:

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 11



Welcompact

Itinerary

Date	Activity
DAY 1 Tuesday August 10th	6:30 Check out and drive to SHARE's offices in San Lucas Welcome at SHARE and Orientation – Meet SHARE Staff 11:00 Drive to San Martín Jilotepeque – SMJ Lunch in SMJ – Check in and room distribution 14:30 Drive to the Community Welcome ceremony 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 2 Wednesday August 11th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to the community • Solidarity work project 12:00 Lunch • Community hike • Afternoon - Presentation: Civil War in Guatemala – by a community member 17:00 Drive to SMJ 18:00 Dinner
DAY 3 Thursday August 12th	7:00 Breakfast 8:00 Visit to the local market; Market day in SMJ 9:00 Drive to other communities; Visit to finished projects made by other groups 12:00 Lunch in SMJ 13:00 Drive to the community • Solidarity work project • Presentation: Migration – by a community member 16:30 Thank you words by community members 17:30 Drive to SMJ 18:00 Dinner in SMJ
DAY 4 Friday August 13th	7:00 Check out and Breakfast 8:00 Visit school with special needs children in SMJ 9:00 Tour of SHARE's Medical Center 9:30 Drive to Mayan ruins: MIXCO VIEJO - Boxed lunches 14:00 Drive to Antigua Guatemala; • Check in and room distribution 18:00 Dinner in Sabe Rico: Cena típica
DAY 5 Saturday August 14th	8:00 Breakfast 9:00 Macadamia Tour: Finca Valhalla 10:30 Traditions Tour and Lunch: San Antonio Aguas Calientes 12:30 Coffee Tour: Finca La Azotea 15:30 Drive to the hotel for resting 18:00 Dinner in Sabe Rico: Soup and Salad
DAY 6 Sunday August 15th	7:00 Breakfast 8:00 Drive to Pacayá to Hike the Volcano 14:00 Drive to Antigua; Time off in Antigua - Maps of Antigua will be provided 18:00 Closing Dinner in Sabe Rico: Fajitas
DAY 7 Monday August 16th	7:30 Check out and Breakfast 8:45 Drive to Aurora International Airport

www.shareguatemala.org

Chimaltenango

Population: Approximately 471,758
Territory: 1979 km sq.
Languages: K'iche', Kaqchiquel, Spanish

- Chimaltenango
- San José Paquíl
- San Martín Jilotepeque
- Comalapa
- Santa Apolonia
- Tecpán Guatemala
- Patzún
- Pochutá
- Patzicá
- Santa Cruz Balanyá
- Acatenango
- Yepocapa
- San Andrés Itzapa
- Parramos
- Zaragoza
- El Tejar

www.shareguatemala.org

San Martín Jilotepeque at a Glance

Altitude
1,100-1,900 m.
(3,609- 6,233 ft)

Typical Crafts
Woven Textiles,
Candied Fruits

Typical Dishes
Pulique (Tomato-based Chicken Stew), Suban-ik (Chicken and Pork Soup served with tamales)

Languages
Spanish, K'akchiquel

Patron Saint
San Martín de Tours

Municipal Fair
November 9 - 11

Climate
Mild: 5° - 32° C
(41 - 89.6° F)

"Jilotepeque" or "Xilotepeque" is a Náhuatl name: Xilotla (fresh ear of corn) and Tepell (hill), or hills of Fresh Corn. San Martín Jilotepeque was first settled in the post classic Maya period of the 13th century. The first settlement occurred in "Chwa Nimá Ab'aj", by migrant Chajomams from Joyabaj.

The city of Chwa Nimá Ab'aj (today known as the Ruins of Mixco Viejo), developed into a strategic center for the K'akchiquel people, divided among three main populations: Acajal, Cojoma and K'akchiquel. Chwa Nimá Ab'aj was located a few kilometers from the convergence of the Pixcaya and Motagua rivers, in the north-eastern corner of the department of Chimaltenango, on a plateau over 80 meters high. Because of its location, the site became a stronghold that was difficult for the Spanish conquistador Pedro de Alvarado to conquer. The city became the site for many battles between the Spanish and the K'akchiquel.

Currently, San Martín Jilotepeque is a peaceful municipality, comprised of a population that is 97% indigenous. During the armed conflict that lasted from the 1960's through the 1990's, the rural and indigenous populations of San Martín suffered many losses and injustices, at the hands of both the guerrilla and the national armed forces. As a result, the communities of San Martín tend to be tight-knit and well organized.

The economy of San Martín Jilotepeque is mainly agricultural. The mild climate and fertile soil of the area facilitate the production of a variety of fruits and vegetables, aside from the more traditional production of maize and beans. Many villages and hamlets have taken to producing non-traditional crops, such as beets, kale and sweet potato, on community garden plots in order to diversify crop production and consumption. This is especially important in San Martín, as the majority of the population lives on less than \$2,000 a day and depends on subsistence farming.

The women of San Martín Jilotepeque are nationally recognized for their intricate huipiles, the hand-woven traditional blouses that tend to be homemade and worn on a daily basis by most Sanmartinecas. Sanmartinecas on the other hand, tend to dress in western clothing, with the exception of special ceremonies and during the municipal fair in November.

Though some tourists travel to San Martín for a day to visit the rivers or the ruins, the municipality and its 105 villages and hamlets remain largely unknown to the vast majority of tourists who enter the country, which lends an air of tranquility to the warm, green back roads of San Martín Jilotepeque.

www.shareguatemala.org

Project Profile

Department: Chimaltenango
Municipality: San Martín Jilotepeque

Project
 Primary School Infrastructure – Painting the classrooms
 Health services maintenance – Donation of paint for Centros de Convergencia
 Environmental care – Donation of trees to SHARE's beneficiaries.

Strategic Objective
 Improve the study environment of participants at the official rural primary school in EL PLATANAR, San Martín Jilotepeque.

Specific Objectives
 1. Provide a more pleasant environment for the learning process.
 2. Improve the infrastructure of the school.

Project Duration: August, 2010

Project Description
 The educational community of EL PLATANAR requested support in the maintenance of the school building, as in the history of the school they have not received full government support for this activity.
 The request was granted, given that the municipal funds allotted for school infrastructure projects do not prioritize rural schools, and the need for a cleaner greener and better environment will improve the learning process. This school infrastructure project will be accomplished by offsetting the funds provided in the Guatemala VolunTours™ Program and with the community collaboration.

Beneficiaries
 Direct: 234 students and 8 teaching staff members
 Indirect: 47 families in the area

Project Labor and Technical Staff
 The unqualified manual labor will be provided by the community. SHARE staff will monitor the overall implementation of the project. VIA INTERNATIONAL volunteers will provide manual labor for the solidarity project.

Coordination with Community
 The PTA will work jointly with students' families in order to provide the manual labor for work project, as well as general coordination required for project implementation.

www.shareguatemala.org



Welcompact

Cultural Guide



In general, the families of San Martín Jilotepeque are welcoming and receptive to foreigners. However, some events regarding questionable child adoptions in the recent past have brought to light some important issues to consider while visiting communities and family homes.

Additionally, it is important to be culturally respectful and implement basic safety practices while visiting any community for the first time. Please remember, as a volunteer, you represent all institutions involved in the program.

Below are some reminders of Do's and Don'ts that will help ensure your safety and comfort.



Do	Don't
Stay in groups of at least four while visiting San Martín Jilotepeque	• Wander away from the group while visiting the community or on hikes and tours • Visit a family home individually
Use the group settings for interaction with children and minors	• Find yourself alone with children • Touch children outside of the group interaction activities
Pose questions regarding family customs	• Ask questions regarding children's habits and daily routines • Ask questions regarding child adoption
Feel free to make donations to Guatemala Voluntours™ for community use	• Give gifts to community members directly
Brush your teeth and drink using only bottled water .	• Buy, eat, or drink from street vendors.



www.shareguatemala.org

5

Guatemala Voluntours™

Project Profile



Important Contact Numbers	Logistics		
When dialing from the US, dial 011-502-XXXX-XXXX	Ana Almoc 5306-1568	Candy Facemyer 4078-6095	Group Leader 4992-4020
When dialing from GT to the US, dial 001 - (area code) - XXX-XXXX	SHARE Central Offices 7828-2626 SHARE San Martín Offices 7883-0435 Hotel Pasada San José (San Martín Jilotepeque) 7844-8557 Full Moon Café (San Martín Jilotepeque) 5363-6083 Hotel Palacio Chico (Antigua Guatemala) 7832-3895 Hotel Casa Antigua (Antigua Guatemala) 7832-9090 Hotel Aurora (Antigua Guatemala) 7832-0217		
Water	While in San Martín, the community, Antigua Guatemala and Pacaya, please be sure to have a water bottle with you at all times, especially during hikes and work project sessions. Purified water is provided and the bottles can be refilled during community visits by your SHARE guide (Ana or Candy).		
Sun Protection	The sun is strong in Guatemala, sun protection is advisable for everyone, but especially those who have fair skin and tend to burn. Sun screen, hats, and sunglasses should be used while outdoors.		
Bug Repellent	Rainy season is high bug season. Bug repellent is advisable any time of the year you visit Guatemala, especially while outdoors during the work project sessions, hikes, and tours.		
Supplies Box	The supplies box is with us at all times. Inside you will find snacks, juices, first aid kit, toilet paper, sun block, and bug repellent. Please help yourself; the contents are for your use!		
Weather Information	May - October is the rainy season. Please have your raincoat/umbrella with you; thunderstorms can appear out of nowhere! November - February is cold. Always have a warm jacket with you. March - April is summer time. Please use fresh/light clothes.		
Toilet Paper	When using the bathroom, toilet paper always goes in the trash can, never in the toilet. The pipes here are not equipped to handle toilet paper and you could clog the toilet.		
Others	You will be working with cement or paint. Please wear appropriate clothes and shoes that will help you do a great job. For hiking Pacaya please have lots of energy; wear pants and good hiking shoes.		



www.shareguatemala.org

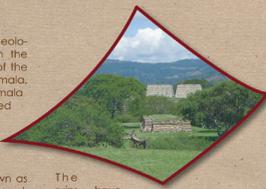
6

Guatemala Voluntours™

Tourist places information



Mixco Viejo is an archaeological site in the north east of the Chimaltenango district of Guatemala, some 50 km to the north of Guatemala City. It is a moderate sized ruined city of the Post-Classic, Era Maya civilization.



Mixco is usually considered the capital of the Pocomam Maya kingdom, and was sometimes known as Pocomam and Saq'q'ajal Nimakaapek in addition to Mixco. An alternative theory holds that it was instead a northern outpost of the K'iche', and its current identification as Mixco Viejo is the result of confusion with Jilotepeque Viejo.

The ruins have the remains of over 120 major structures, including temples, palaces, and courts for playing the Mesoamerican ballgame.

The site was founded on a defensive location mountain top in the 12th century. The peak population in the early 16th century may have been around 10,000 people. It was conquered by Spanish Conquistador Pedro de Alvarado in 1525 after a siege of more than 3 months. The Conquistadores then had the city burnt and depopulated.

Archeological excavations were carried out from 1954 through 1967 by the Musée d'Homme in Paris under the direction of archaeologist Henri Lehmann.

The site is open to tourist visits and has a small museum. The site's architectural remains are less impressive than many larger Maya sites, but the dramatic mountain top location with scenic views are enjoyed by many visitors.



Pacaya is an active complex volcano in Guatemala, which first erupted approximately 23,000 years ago and has erupted at least 23 times since the Spanish conquest of Guatemala. Pacaya rises to an elevation of 2,552 metres (8,373 ft). After being dormant for a century, it erupted violently in 1965 and has been erupting continuously since then.

Pacaya is a popular tourist attraction. Pacaya lies 30 kilometres (19 mi) southwest of Guatemala City and close to Antigua. The volcano sits inside the Escuintla Department.



www.shareguatemala.org

7

Guatemala Voluntours™

Tourist places information



Antigua Guatemala is a city in the central highlands of Guatemala. It has been designated a UNESCO World Heritage Site. Although is the smallest department of the country (465 km²), it is one of the most important ones because of its tourist and historical value. Antigua Guatemala is located at 45 km from Guatemala City.

City, the modern capital of Guatemala, now stands. The badly damaged city of Santiago de los Caballeros was ordered abandoned, although not everyone left, and was referred to as the Antigua Guatemala, or Old Guatemala.

Population
The city had a peak population of some 60,000 in the 1770s; the bulk of the population moved away in the late 18th century. According to the 2007 census, the city has some 34,685 inhabitants.

Important Ruins and other tourist attractions

- Church and Convent of Capuchins
- Cathedral of San José
- Ruins of old San José
- Church School of Christ
- Church of San Francisco
- Museum of Colonial Art, in the former San Carlos University Building
- The Jade museum.

History
La Antigua Guatemala means the "Old Guatemala" and was the third capital of Guatemala. On March 10, 1543 the Spanish conquistadores founded present-day Antigua, and it was named Santiago de los Caballeros. For more than 200 years it served as the seat of the military governor of the Spanish colony of Guatemala, a large region that included almost all of present-day Central America and the southernmost State of Mexico; Chiapas. In 1566 King Felipe II of Spain gave it the title of "Muy Noble y Muy Leal" ("Very Noble and Very Loyal").



In 1773, a series of earthquakes destroyed much of the town, which led to the third change in location for the city. The Spanish Crown ordered (1776) the removal of the capital to a safer location, the Valley of the Shrine, where Guatemala



www.shareguatemala.org

8

Guatemala Voluntours™



Welcompact

Feedback Sheet

On behalf of SHARE Guatemala and the communities of San Martín Jilotepeque we would like to thank you for your participation in Guatemala VolunTours and for supporting us in our mission to create a self-sustainable, equal and prosperous society. We greatly appreciate your feedback: it allows us to ensure that our VolunTours program continues to drive participatory development opportunities in way that is meaningful and enjoyable to all participants.

1. Please share with us how this experience was meaningful to you.

2. Were your expectations satisfied during your experience with Guatemala VolunTours? Please explain why or why not?

3. In San Martín Jilotepeque and the community, what activity did you enjoy most and why?

4. In San Martín Jilotepeque and the community, what activity did you enjoy least and why?

5. In tourist part of your visit, what activity did you enjoy most and why?

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 9

Feedback Sheet

6. In tourist part of your visit, what activity did you enjoy least, and why?

Please rate the services we have provided for you, on a scale from 1 – 10, 10 being the best and 1 the worst.

Transportation

Food in San Martín Jilotepeque

Food in your tourist location

Hotel in San Martín Jilotepeque

Hotel in your tourist location

Comments, Suggestions, or Recommendations:

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 10

Evaluación Comunidad

Evaluación Comunidad

De Parte de Asociación SHARE de Guatemala, queremos agradecer a la comunidad de _____ por su colaboración con SHARE y el grupo de norteamericanos en la fecha _____ en el programa Guatemala VolunTours. Agradeceríamos llenaran esta hoja de retroalimentación, la cual servirá para la constante mejora del programa. Apreciamos mucho el tiempo que se tome en llenar la misma.

1. ¿Qué esperaba al participar en el Programa Guatemala VolunTours?

2. ¿Cree usted que la visita del grupo contribuyó a lograr los objetivos de la comunidad? ¿Por qué?

3. Cuéntenos de una experiencia inolvidable que usted recuerda del grupo.

4. ¿Qué actividad de la visita disfrutó más? ¿Por qué?

5. ¿Qué actividad de la visita disfrutó menos? ¿Por qué?

6. ¿Qué aprendió de esta experiencia?

Sugerencias o recomendaciones:

Guatemala VolunTours™

www.shareguatemala.org 11



Boletín



Boletín Enero - Marzo 2011

Estimados amigos y amigas:

Reciban un cordial saludo y nuestros deseos de éxitos en este año 2011.

Este año iniciamos las actividades del programa con visitas de varios grupos de norteamericanos, quienes con su trabajo apoyaron el desarrollo de diferentes comunidades del municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango. Estos son los detalles de los proyectos en los que trabajaron:

GRUPO	COMUNIDAD	PROYECTO
La Salle University	Tierra colorada	Pavimentado del patio de recreo.
Francis Parker High School	La Joya	Pavimentado del patio de recreo, construcción de muro de contención, pintado de aulas.
Johnson and Wales University	La Unión	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
Fordham University	Chipocolaj	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
University of California San Diego	Sacalá	Lavado y pintado de aulas.

Agradecemos el entusiasmo y energía de los miembros de cada grupo que nos visitó, así como la solidaridad demostrada ante las necesidades de las familias guatemaltecas.

Entre otras noticias, en el primer trimestre de este año, también contamos con el apoyo de una voluntaria extranjera, quien durante los meses de Febrero y Marzo estuvo capacitando a los niños de las escuelas rurales de 4 diferentes comunidades, en temas como la reducción del impacto ambiental con énfasis en reciclaje, elaborando un manual de actividades educativas para uso de los maestros en la enseñanza a los niños. Es gracias al tiempo y esfuerzo de esta voluntaria que estamos contribuyendo a mejorar

el medio ambiente en el municipio de San Martín Jilotepeque.

Aprovechamos este momento para recordarles a todos que nos visiten en nuestra página de Facebook, en donde hemos colocado las fotografías de todas las visitas realizadas en este año.





Guatemala VolunTours™



Boletín Enero - Marzo 2011

Estimados amigos y amigas:

Reciban un cordial saludo y nuestros deseos de éxitos en este año 2011.

Este año iniciamos las actividades del programa con visitas de varios grupos de norteamericanos, quienes con su trabajo apoyaron el desarrollo de diferentes comunidades del municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango. Estos son los detalles de los proyectos en los que trabajaron:

GRUPO	COMUNIDAD	PROYECTO
La Salle University	Tierra colorada	Pavimentado del patio de recreo.
Francis Parker High School	La Joya	Pavimentado del patio de recreo, construcción de muro de contención, pintado de aulas.
Johnson and Wales University	La Unión	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
Fordham University	Chipocolaj	Pavimentado del patio de recreo y pintado de aulas.
University of California San Diego	Sacalá	Lavado y pintado de aulas.



Agradecemos el entusiasmo y energía de los miembros de cada grupo que nos visitó, así como la solidaridad demostrada ante las necesidades de las familias guatemaltecas.

Entre otras noticias, en el primer trimestre de este año, también contamos con el apoyo de una voluntaria extranjera, quien durante los meses de Febrero y Marzo estuvo capacitando a los niños de

las escuelas rurales de 4 diferentes comunidades, en temas como la reducción del impacto ambiental con énfasis en reciclaje, elaborando un manual de actividades educativas para uso de los maestros en la enseñanza a los niños. Es gracias al tiempo y esfuerzo de esta voluntaria que estamos contribuyendo a mejorar el medio ambiente en el municipio de San Martín Jilotepeque.

Aprovechamos este momento para recordarles a todos que nos visiten en nuestra página de Facebook, en donde hemos colocado las fotografías de todas las visitas realizadas en este año.





Artículos Promocionales

SUDADERO

COLOR SUDADERO: Negro
COLOR DE TIPOGRAFIA: Blanco

MEDIDAS DE IMPRESION
Logotipo: 2.8 x 4 pulgadas.
Ubicación enfrente en la parte superior del lado derecho.

TIPO DE IMPRESION: Bordado



3

Asociación SHARE Guatemala

PLAYERAS

COLOR PLAYERA: Blanco
COLOR DE TIPOGRAFIA: Rojo

MEDIDAS DE IMPRESION
Logotipo: 6.3 x 8.5 pulgadas.
Ubicado en la parte de adelante.

Medida única páginas Web: 4.5 pulgadas.

Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
Ubicado en la manga izquierda arriba de la costura, centrado de manera visible.

Página Web Vía International
www.viainternational.org
Ubicado en la parte superior de la espalda, centrado.

TIPO DE IMPRESION: Serigrafía



4

Asociación SHARE Guatemala

PLAYERAS

COLOR PLAYERA: Negro
COLOR DE TIPOGRAFIA: Blanco

MEDIDAS DE IMPRESION
Logotipo: 6.3 x 8.5 pulgadas.
Ubicado en la parte de adelante.

Medida única páginas Web: 4.5 pulgadas.

Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
Ubicado en la manga izquierda arriba de la costura, centrado de manera visible.

Página Web Vía International
www.viainternational.org
Ubicado en la parte superior de la espalda, centrado.

TIPO DE IMPRESION: Serigrafía



5

Asociación SHARE Guatemala

PLAYERAS

COLOR PLAYERA: Verde
COLOR DE TIPOGRAFIA: Blanco

MEDIDAS DE IMPRESION
Logotipo: 6.3 x 8.5 pulgadas.
Ubicado en la parte de adelante.

Medida única páginas Web: 4.5 pulgadas.

Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
Ubicado en la manga izquierda arriba de la costura, centrado de manera visible.

Página Web Vía International
www.viainternational.org
Ubicado en la parte superior de la espalda, centrado.

TIPO DE IMPRESION: Serigrafía



6

Asociación SHARE Guatemala



Artículos Promocionales

PLAYERAS

COLOR PLAYERA: Rojo
 COLOR DE TIPOGRAFIA: Blanco

MEDIDAS DE IMPRESION
 Tipografía VolunTours™: 7.5 pulgadas de ancho. Ubicado en la parte de adelante.

Logotipo: 6.3 x 8.5 pulgadas. Ubicado en la parte inferior de la espalda.

Medida única páginas Web: 4.5 pulgadas.

Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
 Ubicado en la manga derecha arriba de la costura, centrado de manera visible.

Página Web Via International
www.viainternational.org
 Ubicado en la parte superior de la espalda, centrado.

TIPO DE IMPRESION: Serigrafía



7

Asociación SHARE Guatemala

PLAYERAS

COLOR PLAYERA: Azul Oscuro
 COLOR DE TIPOGRAFIA: Blanco

MEDIDAS DE IMPRESION
 Tipografía VolunTours™: 7.5 pulgadas de ancho. Ubicado en la parte de adelante.

Logotipo: 4.2 x 6 pulgadas. Ubicado en la parte superior de la espalda.

Medida única páginas Web: 4.5 pulgadas.

Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
 Ubicado en la manga derecha arriba de la costura, centrado de manera visible.

Página Web Via International
www.viainternational.org
 Ubicado en la parte inferior de la espalda, centrado.

TIPO DE IMPRESION: Serigrafía



8

Asociación SHARE Guatemala

PACHONES

Utilización de logotipo en pachones.



COLOR
 Fórmula CMYK

	C: 0	M: 100	Y: 81	K: 4
	C: 0	M: 0	Y: 0	K: 100
	C: 0	M: 0	Y: 0	K: 0



9

Asociación SHARE Guatemala

PACHONES

CAPACIDAD DE PACHON: 500 ml. / 17 onz.

MEDIDAS DE IMPRESION
 Logotipo: 2.5 x 2.5 pulgadas. Ubicado en la parte de adelante.

Medida única páginas Web: 2 pulgadas de ancho.
 Página Web SHARE Guatemala
www.shareguatemala.org
 Ubicado en la parte inferior de adelante.

Página Web Via International
www.viainternational.org
 Ubicado en la parte inferior de atrás.



10

Asociación SHARE Guatemala



Conclusiones

1. Se ha desarrollado una campaña publicitaria a nivel nacional que transmite eficientemente las funciones y beneficios del programa Guatemala VolunTours™, con el fin de promover e impulsar el desarrollo comunitario de San Martín Jilotepeque y otros municipios y departamentos de Guatemala.
2. Para el grupo objetivo, resulta atractivo el trifoldar, los afiches, el anuncio de revista; en el momento de publicar las piezas, logran informar claramente y despertar el interés en la participación de voluntariado para la ejecución de actividades turísticas locales en comunidades, municipios y en el país en general.
3. Al incluir piezas gráficas que identifiquen al programa Guatemala VolunTours™, en los participantes, brindará cercanía y confianza en el programa.
4. Las piezas de diseño a través de medios alternativos proporcionan una comunicación eficaz, para que el grupo objetivo identifique la identidad visual del programa Guatemala VolunTours™.



Recomendaciones

1. Sustituir las fotografías de primer plano en las piezas de diseño, en cuanto tengan la oportunidad de tener a los primeros grupos de voluntaristas nacionales.
2. Evaluar y revisar, anualmente, la estrategia de comunicación y las piezas gráficas que toda la campaña conlleva, con la finalidad de actualizar, mejorar, ampliar o reemplazar tácticas o piezas de diseño para cumplir con las necesidades del programa Guatemala VolunTours™, cumplir con los objetivos de diseño y comunicación.





Lineamientos para la puesta en práctica

PIEZAS DE DISEÑO	MEDIO DE PUBLICACIÓN	FRECUENCIA	CANTIDAD PRECIO	LINEAMIENTOS
Trifoliales	Medio Impreso	Distribución permanente con duración de 1 año.	Cantidad 10,000 unidades Precio unitario Q.0.446 Precio Total Q.4,460.00	Formato: 11x8.5 pulgadas Color: Full Color Material: Papel couche 60 gramos. Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PDF - JPG Se exhibirán en forma permanente en oficinas centrales y sedes de SHARE Guatemala, lobbies de empresas, universidades y entidades comprometidas con ayudar a SHARE Guatemala.
Anuncio de Revista	Medio Impreso	Revista Revue publica 20,000 revistas c/mes. 3 meses de publicación en el año. Meses sugeridos Marzo, Junio, Noviembre. Revista ¿Qué pasa? publica 5,000 revistas c/mes. 6 meses de publicación en el año. Meses sugeridos Marzo, Abril, Mayo, Junio, Octubre, Noviembre.	Revue 1/2 pág. horizontal Q.1,991.00 c/mes 1/4 pág. vertical Q.1,189.00 c/mes Precio Total Q.5,171.00 ¿Qué pasa? 1/4 pág. horizontal Q.1,000.00 3 meses 1/8 pág. vertical Q.500.00 3 meses Precio Total Q.1,500.00	Publicación en Revista Revue, ¿Qué pasa? Formato Revue 1/2 pág. horizontal: 3.5x4.8". 1/4 pág. vertical: 3.5x2.3". Formato ¿Qué pasa? 1/4 pág. horizontal: 3.875 x 5.125". 1/8 pág. vertical: 3.875 x 2.43". Color: Full Color Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PSD- TIFF - JPG
Afiches	Medio Impreso	Distribución permanente con duración de 1 año.	Cantidad 4,000 unidades Precio unitario Q.1.60 Precio Total Q.3,200.00	Formato: 11x17 pulgadas Color: Full Color Material: Texcote Blanco, sin Barniz U.V. Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PDF - JPG Se publicará en forma permanente en oficinas centrales y sedes de SHARE Guatemala, lobbies de empresas, universidades y entidades comprometidas con ayudar a SHARE Guatemala y refuerza los trifoliales.
Papelería (Tarjetas de Presentación)	Medio Impreso	Anual	Cantidad 400 unidades Precio unitario Q.1.35 Precio Total Q.540.00	Formato: 3.5x2 pulgadas Color: Full Color Material: Opalina Blanca 210 grms. Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PDF - JPG Material institucional para uso de las personas encargadas del programa Guatemala VolunTours™.
Bus (Transporte a turistas durante su participación en el programa)	Medio Impreso	Permanente	Cantidad 2 unidades Precio Total Q.16,790.00	Color: Full Color Material: Adhesivos 3M vehiculares y con vinil de corte electrónico Versión editable: Photoshop CS4 Versión para impresión: JPG



PIEZAS DE DISEÑO	MEDIO DE PUBLICACIÓN	FRECUENCIA	PRECIO	LINEAMIENTOS
WelcomPacket	Medio Impreso	Permanente, con actualizaciones periódicas.	Cantidad 1000 unidades Precio unitario Q.2.80 Precio Total Q.2,800.00	Formato: 8.5x11 pulgadas Color: Full Color Material: Bond 80 gramos. Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PDF Este material se proporcionará a los turistas voluntarios al iniciar su participación en el proyecto comunitario.
Boletín de Noticias	Medio Impreso y Digital	Permanente, con actualizaciones periódicas mensuales.	Cantidad 1000 unidades Precio unitario Q.1.325 Precio Total Q.1,325.00	Formato: 11x8.5 pulgadas Color: Full Color Material: Bond 80 gramos. Versión editable: Indesign CS4 Versión para impresión: PDF - JPG La distribución del boletín a través del medio impreso será utilizado para dar en carpetas de SHARE Guatemala y durante la participación del proyecto. Por medio digital se llevará a cabo de manera directa a entidades y/o personas particulares por medio del correo electrónico. Colocándose también para su distribución, en la página web de SHARE Guatemala y en Facebook de Guatemala VolunTours™.
Artículos promocionales	Medio Impreso Serigrafía Bordado	Durante un año, se propone tener una cantidad limitada de playeras, sudaderos y pachones.	500 Playeras Precio unitario Q.25.00 Precio Total Q.12,500.00 250 Sudaderos Precio unitario Q.95.00 Precio Total Q.23,750.00 500 Pachones Precio unitario Q.29.00 Precio Total Q.14,500.00	Color: Full Color / Una tinta Versión editable: Illustrator CS4 Versión para impresión: JPG Serán vendidos a través de la web y durante el desarrollo de proyectos comunitarios con el objetivo de recaudar fondos para la institución. Ver manual de lineamientos para artículos promocionales.
TOTAL			Q.86,536.00	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto que detallada claramente la inversión publicitaria anual, con el propósito que Asociación SHARE Guatemala pueda prepararse económicamente para cada una de las inversiones descritas. Precios ya incluyen IVA
TOTAL DISEÑO GRÁFICO			Q.24,000.00	
TOTAL			Q.110,536.00	



Bibliografía

Libro

- Ambrose, Gavin. — Bases del Diseño: Metodología del Diseño. / Gavin Ambrose, Paul Harris.— Barcelona: Parramón Ediciones, S.A., 2010 — 200 p.
- Ambrose, Gavin. — Bases del Diseño: Layout. / Gavin Ambrose, Paul Harris. — 2a. ed. — Barcelona: Parramón Ediciones, S.A., 2007 — 176 p.
- Argueta Díaz, Raúl. — Monografías de Guatemala. — Guatemala: Ediciones Sur, 1989. — Esta indicado: Número 31 — p. 1, 8 y 9.
- Carmack, Robert. — Historia Social De Los Quiches: Seminario de Integración Social Guatemalteca. — Guatemala: Editorial José de Pineda Ibarra, 1979 — 455 p.
- Joan, Costa. — Identidad Corporativa. — México: Editorial Trillas, 1993 - 130 p.

Libro Digital

- Buzan, Tony. — Cómo crear mapas mentales. — (PDF). — Madrid: Ediciones Urano S.A., 2004 — 127 p.
- Curto, Víctor. — Redacción publicitaria. — (en línea). / Víctor Curto, Juan Rey, Joan Sabaté — Barcelona: Editorial UOC, 2008 — 213 p.*
- Gutiérrez, Pablo. — Diccionario de la publicidad. — (en línea). / David Pedreira, Miriam Velo — España: Editorial Complutense S.A., 2005 — 339 p.

Diccionarios Electrónicos

- Instituto Geográfico Nacional. — Diccionario Geográfico Nacional Tomo 2. — (CD). — 1981 — Esta indicado: p. 646 y 649.
- Instituto Geográfico Nacional. — Diccionario Geográfico Nacional Tomo 3. — (CD). — 1983 — Esta indicado: p. 419 y 423.

Publicaciones

- Asociación SHARE. — Memoria de Labores / Annual Report 2008. — Guatemala: Editorial Serviprensa, S.A., 2009 — 52 p.



Publicaciones

- Asociación SHARE. — Memoria de Labores / Annual Report 2009. — Guatemala: Editorial Serviprensa, S.A., 2010 — 44 p. Denman, Richard. — Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario. WWF International. — 2001.
- Inguat. — Conceptos de Turismo. — (PDF).
- Inguat. — Informe Estadístico del Turismo Comunitario en Guatemala Año 2006. — Trabajo Conjunto de: FENATUCGUA - INGUAT. — 2007.
- Inguat. — Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011-2015. — Noviembre, 2010.
- Ramírez, Miguel Ángel. — Grupos Focales. — (en línea, PDF). — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://www.cesununiversidad.aplicacionesweb.us/revistanegocios/descargas/Grupos%20focales-Miguel%20A%20Ramirez.pdf>

Artículos de Revista

- Colección Conozcamos Guatemala: Revista Chimaltenango. — Prensa Libre y Banco G&T. Publicación del Proyecto Aprendamos con Prensa Libre. — Agosto, 1993. — Esta indicado: Número 13.
- Revista Tradiciones de Guatemala: Chimaltenango. — Prensa Libre y Bancafé. Publicación de la Colección Conozcamos Guatemala. — Esta indicado: Número 11, p. 2 y p. 6 - 9.

Documentos

- Aguilar, Carolina. — Plan Estratégico. — (PDF). — Diseño Visual 8, para la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala — Abril, 2010.
- Chang Meneses, José Francisco. — (PDF). — Esquema General del proceso de diseño. — Diseño Visual 5, para la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala — 2010.
- Chang Meneses, José Francisco. — Método de diseño. — (PDF). — Diseño visual 4, 5 y Proyecto de Graduación, para la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. — 2010 — 6 p.



Tesis

- Aguilar Dávila, Wendy Irasema y Barrios Lara, Axel Eulalio. – Material educativo de filtros fotográficos para el mejoramiento del aprendizaje y comprensión de la asignatura de fotografismo del programa de diseño gráfico de FARUSAC. – Guatemala: El autor, 2005. – 170 p. – Tesis (Técnico en Diseño Gráfico). – Universidad de San Carlos de Guatemala. – (PDF).
- Chang Meneses, José Francisco. – Desarrollo del Sitio de Internet www.deportes-sacatepequez.org.gt. – Guatemala: El autor, 2006. – 50 p. – Tesis (Licenciatura en Diseño Gráfico). – Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Colección de Tesis Digitales UDLAP: Licenciatura en Diseño Gráfico. – (en línea, PDF). – Derechos Reservados © 2008-2012 Universidad de las Américas Puebla. – Consulta: 2010 - 2011. – Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/navegacion/carrera_ldg.html
- Colección de Tesis Digitales UDLAP: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. – (en línea, PDF). – Derechos Reservados © 2008-2012 Universidad de las Américas Puebla. – Consulta: 2010 - 2011. – Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/navegacion/carrera_lco.html
- Pérez, María Emperatriz. – Presentación interactiva del desarrollo didactico de un programa de un programa de identidad e imagen corporativa. – Guatemala: El autor, 2006. – 105 p. – Tesis (Licenciatura en Diseño Gráfico). – Universidad de San Carlos de Guatemala. – (PDF).
- Tobar Arriola, Margarita. – Campaña de Apoyo Publicitario para la Fundación del niño enfermo renal Fundanier. – Guatemala: El autor, 2009. – 105 p. – Tesis (Licenciatura en Diseño Gráfico). – Universidad de San Carlos de Guatemala.

Documentos en Internet

- Brainstorming o Lluvia de ideas. – (en línea). – Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación. – Consulta: 2010. – Disponible en: <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/82-brainstorming>
- Centro de Textiles Tradicionales Nim Po't. Museo Virtual Nim Po't. – (en línea). – Consulta: 2010. – Disponible en: <http://www.nimpot.com/spanish/index.asp>
- Concepto Creativo. – (en línea). – Todos los textos, graficos y fotografías © Ojo Cosmico 3o. S.A. – Consulta: 2010. – Disponible en: <http://www.mailxmail.com/curso-sintesis-teorica-comunicacion-publicitaria/concepto-creativo>



Documentos en Internet

- Conceptos y Tipos de ONG'S - Voluntariado. — (en línea). — Enviado por Wilfredillo, Septiembre 2010. — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Conceptos-Y-Tipos-De-Ong-s/740381.html>
- Definición de ONG'S. — (en línea). — Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco. — Consulta: 2009. — Disponible en: <http://www.hiru.com/participacion-social/definicion-de-ong>
- El briefing creativo: Concepto Creativo. — (en línea). — España: Proyecto Media, © Ministerio de Educación y Ciencia. — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque6/pag1.html>
- Fernandez, Eduardo. — Teorías sobre la creatividad: Lluvia de ideas. — (en línea). — Foro Argentino de Inventores, 20 de diciembre de 1994 . — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://blog.ciencianueva.com/2011/01/%E2%80%9Cteorias-sobre-la-creatividad%E2%80%9D/>
- Huerta, José. — Los Grupos Focales. — (en línea, PDF). — Consulta: 2010. — Disponible en: http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo_Focal.pdf
- Sitio Oficial de San Martín Jilotepeque. — (en línea). — Consulta: 2009. — Disponible en: <http://www.inforpressca.com/sanmartinjil/>
- Técnicas de Creatividad para la Innovación — (en línea). — Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación. — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad>
- Turismo Comunitario. — (en línea). — Consulta: 2010. — Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario
- Universidad de Extremadura. — Guía para la Elaboración de un Plan de Marketing. — (en línea, PDF). — © EducaMarketing, 2005. — Consulta: 2010. — Disponible en: <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf>
- Voluntariado - Voluntario. — (en línea). — Consulta: 2009. — Disponible en: http://orbita.starmedia.com/~pensamientosnuevos/que_es_una_ong.htm



Glosario

Boceto

Un método para esbozar rápidamente ideas visuales sobre el papel o en el ordenador.

Cualitativa

Información que permite que el equipo de diseño comprenda por qué las cosas son como son.

Cuantitativo

Información numérica o estadística que permite al equipo de diseño hacerse una idea de las dimensiones físicas de un determinado mercado, como, por ejemplo, el total de las ventas del mercado o el volumen de ventas anual.

Estudios

Métodos de recolección de datos utilizados para obtener información cuantitativa y cualitativa sobre la población característica: un censo, un cuestionario, una observación o una entrevista, por ejemplo.

Ideación

Fase creativa del proceso de diseño en el que las soluciones potenciales de diseño se generan utilizando la investigación sobre la materia para cumplir los objetivos de diseño.

Investigación

Información cuantitativa o cualitativa relacionada con el tema de un trabajo de diseño con el

que se alimenta el proceso de generación de ideas. La investigación puede surgir de fuentes de investigación primarias, como las encuestas a los consumidores, o de fuentes secundarias como los informes de los estudios de mercado.

Logotipo

Simbolo gráfico diseñado para representar el carácter de una empresa, producto o servicio.

Medios

Formas electrónicas o impresas que se usan para distribuir un diseño.

Propuesta

La idea general y los valores que un diseño presentará a un público objetivo.

Selección

Fase del proceso de diseño en la que se elige la solución de diseño propuesta para desarrollarla porque cumple los objetivos de diseño y los requerimientos del cliente.

Símbolo

Un elemento pictórico que comunica un concepto, idea u objeto, pero sin un vínculo lógico entre ellos.



Anexos

Preguntas para definir el perfil del Grupo Objetivo

Intereses, compras y más...

1. Edad: 18-21 22-30 31-40 41-52
2. Sexo: F M
3. Escolaridad: Diversificado Maestría Est. Universitario Doctorado Licenciatura
4. Ocupación: Estudiante Otro, especifique _____ Comerciante Empresario
5. ¿Cuáles son los artículos que más compra?
Tecnología Libros Ropa y Accesorios
Electrodomésticos Licores y Vinos Entradas a Eventos
6. ¿Cuáles son los sitios que más frecuenta para realizar sus compras?
Supermercados Tiendas temáticas Compras por Internet Centro Comerciales
7. ¿Con que frecuencia realiza sus compras?
Diario Cada 2 o 3 días Semanal Cada 15 días Mensual
8. ¿Qué tipo de pago utiliza para realizar sus compras?
Efectivo Cheque Tarjetas de Crédito
9. Enumere según el orden de prioridad las actividades realiza en su tiempo libre, siendo con más frecuencia el número 1 y 9 las que menos realiza, si hay alguna actividad que no le gusta o no realiza no la enumere.
Ver T.V. Cine Eventos Culturales
Internet Comunidades Virtuales Juegos de Video
Lectura de libros Actividades Recreativas Deportes



10. ¿Cómo conoce más personas?

Comunidades religiosas
Actividades culturales
Redes Sociales

Grupos de interés temático
Actividades deportivas

Turismo Comunitario

11. ¿Le gusta viajar?

Si

No

12. ¿Cuáles son los principales motivos de sus viajes en el interior del país?

Entretenimiento/Vacaciones
Eventos
Religión
Voluntariado

Negocios
Estudios
Naturaleza
Visita a familiares y amigos

Reuniones/Convenciones
Cultura
Deportes

13. ¿De qué medios recibe información sobre eventos o viajes?

Periódicos
Anuncios de Radio
Correo Directo
Personas Conocidas le informan

Revistas
Anuncios de T.V.
Redes Sociales

Vallas Publicitarias
Muppies
Banners Electrónicos

14. ¿Tiene conocimiento del Turismo Comunitario o Social que se realiza en Guatemala?

Si

No

15. ¿Estaría interesado en participar en turismo comunitario?

Mucho

Poco

Le es indiferente

No

16. ¿Cómo le gustaría participar en un programa de Turismo Comunitario?

Solo

En Pareja

Con Familia

Con Amigos

17. ¿Cuánto tiempo participaría en un programa de Turismo Comunitario?

1 día

2-3 días

1 semana

18. ¿Con qué intereses participaría en Turismo Comunitario?

Beneficios a las Comunidades Indígenas
Conservación de los Recursos Culturales

Conservación de los Recursos Naturales
Aprender cosas nuevas



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



**Facultad de
Arquitectura**
Universidad de San Carlos de Guatemala

Campaña Publicitaria de Apoyo del Programa Guatemala VolunTours™

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

A stylized, blocky signature in black ink.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

A cursive signature in black ink.

Lic. José Francisco Chang Meneses

ASESOR

A cursive signature in black ink.

Gladys Lorena Claudio Ordóñez

SUSTENTANTE



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 14 de febrero de 2013

Arquitecto
Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano de la Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad Universitaria, zona 12
Guatemala, Guatemala

Arquitecto Valladares:

Por la presente, hago constar que he revisado los aspectos de redacción y ortografía de la tesis: **"CAMPAÑA PUBLICITARIA DE APOYO DEL PROGRAMA GUATEMALA VOLUNTOURS™"**, de la estudiante **Gladys Lorena Claudio Ordóñez**, Carné No. **199916441**, de la Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Creativo, especialidad Publicidad, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En tal sentido, considero que, después de realizadas las correcciones indicadas, la tesis puede imprimirse.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dra. Gladys Tobar Aguilar
Colegio Profesional de Humanidades
Colegiado No. 1450

c.c. interesada