

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



## **Campaña de divulgación de los programas de INCIDES para la captación de voluntarios**

**Integración de comunidades para el desarrollo sostenible**

Proyecto de Graduación presentado por Josefina Maria Escobar Hernández  
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis en Publicidad.

Guatemala, Octubre 2013.





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

**Campaña de divulgación de los programas de INCIDES para  
la captación de voluntarios**

**Integración de comunidades para el desarrollo sostenible**

Diseño de una campaña de divulgación a través de medios gráficos impresos para divulgar los programas de INCIDES y captar voluntarios para su participación dentro del proyecto, que ayudará a las comunidades a tener un mejor desarrollo.

Proyecto de investigación-comunicación realizado en la ciudad de Guatemala en el período de enero a noviembre del año 2010

Guatemala, Octubre 2013



# Nómina de Autoridades

## Junta Directiva

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

VOCAL I

Arq. Edgar Armando López Pazos

VOCAL II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

VOCAL III

Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez

VOCAL IV

Br. José Antonio Valdés Mazariegos

VOCAL V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

SECRETARIO

## Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

SECRETARIO

Licda. Margarita Tobar Arriola

ASESOR

Lic. Victor Pacheco

ASESOR

Licda. Mónica Noriega

ASESOR





# Dedicatoria

Dedico el presente proyecto:

## A DIOS

Que ha sido mi fortaleza en los momentos difíciles.

## A mi PAPÁ

Fuente de inspiración y ejemplo de excelente ser humano,  
que me ha acompañado día y noche durante toda mi vida.

Va por tí papá hasta el cielo y por nosotros  
que seguimos aquí en la tierra.

## A mi MAMÁ

Mi guerrera invencible, mi luchadora incansable, tengo tus huellas para seguirte  
y un millón de enseñanzas para acompañarme.

## A mis hermanos

Por aguantarme toda mi vida.

## A Pancho, mi mejor amigo

Que no has dejado de marcar mi vida desde  
que te conocí y con quien espero tener un largo caminar.  
Algún día quisiera ser la mitad de buena que tú.

## A la Chubby

Por los sueños compartidos, las experiencias vividas  
y el tiempo a su lado. Mateo.

## A Martín Alejandro

Por ser la alegría de mi vida,  
la sonrisa en las mañanas y  
el amor hecho persona. ¡Te amo!

## A la Universidad de San Carlos

Por tantos años juntos.

## A mis Asesores

Por su comprensión, paciencia y dedicación  
en el desarrollo del presente proyecto.





# Índice

<b>CAPÍTULO 1</b>	
1.1 Antecedentes	15
1.2 Definición del Problema	16
1.3 Justificación	17
1.4 Objetivos	19
<b>CAPÍTULO 2</b>	
2.1 Perfil del Cliente y Servicio que brinda	22
2.2 Propósitos	23
2.3 Grupo Objetivo	24
<b>CAPÍTULO 3</b>	
3.1 Conceptos Fundamentales	29
3.2 Concepto Creativo	38
3.3 Proceso de desarrollo de bocetos y decisiones de diseño	42
<b>CAPÍTULO 4</b>	
4.1 Comprobación de eficacia	55
4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación	61
<b>CAPÍTULO 5</b>	
5.1 Conclusiones	75
5.2 Recomendaciones	76
5.3 Lineamientos para la puesta en práctica	77
5.4 Bibliografía	79
<b>CAPÍTULO 6</b>	
6.1 Glosario	80
6.2 Anexos	82



# Presentación



Guatemala es un país multicultural y multiétnico, un país donde se interconectan distintas actividades inherentes a cada cultura. Por ello, Guatemala necesita que su riqueza cultural sea fuente de desarrollo para lograr crecimiento y estabilidad como país. El motor de este desarrollo está, sin lugar a dudas, en las comunidades ubicadas en los rincones de nuestro país.

El buen trabajo y el esfuerzo en estas comunidades dan como resultado el crecimiento y una mejor calidad de vida de las personas que son parte de ellas. La organización de Integración de Comunidades para el Desarrollo Sostenible -INCIDES- tiene a su cargo asistir a las comunidades en la satisfacción de las necesidades de su presente sin comprometer

las oportunidades de las próximas generaciones para resolver sus propias necesidades.

Con el apoyo de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el presente Proyecto de Graduación propone y fortalece la implementación de estrategias de divulgación de los diferentes programas con los que trabaja INCIDES, tales como: una sede de IGER (Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica), capacitaciones empresariales a los campesinos y un centro de resolución alternativa de conflictos; ya que se ha observado en diferentes ámbitos la carencia de estrategias adecuadas, teniendo como consecuencia la falta de voluntarios que ayuden a sacar adelante a las comunidades.

# Presentación

La propuesta del proyecto tendrá como eje principal la facilitación del acceso a la información sobre los diferentes programas que se llevan a cabo en INCIDES; para lo que se elaborará una campaña que permita la identificación por parte de la sociedad con el trabajo que la Organización realiza.

En esta propuesta se utilizará una metodología informativa, con la que se prevé facilitarle a las personas el acceso al material gráfico, como folletos, unifolios, página web, mediante el cual se pretende encontrar nuevos espacios y personas que apoyen los programas de capacitación. Al tener acceso a la información con estos materiales, el grupo objetivo tendrá la oportunidad de tomar acciones concretas para ayudar a las comunidades.

# 1 Capítulo Uno

Recopilación de información necesaria para el desarrollo de los materiales de la campaña de divulgación.





# 1.1 Antecedentes

## :Capítulo 1:

La organización INCIDES (Integración de Comunidades para el Desarrollo Sostenible) instruye y orienta a las comunidades a satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades, a la medida del ser humano y para el ser humano. El ámbito del desarrollo sostenible en el cual está enfocada es el aspecto social, por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica.

Es una organización fundada por estudiantes jesuitas 100% guatemaltecos que buscan contribuir a la transformación de Guatemala, propiciando espacios cada vez más humanos y más justos.

INCIDES cuenta con apoyo económico de empresas guatemaltecas privadas que buscan reforzar el desarrollo social a través de organizaciones que tengan programas que trabajen directamente dentro de las comunidades.

Trabajan con comunidades de San Lucas Sacatepéquez que tienen recursos naturales (nutrientes en el suelo, agua potable, minerales, etc.) y económicos limitados, susceptibles de agotarse como consecuencia de una creciente actividad económica sin más criterio que el económico, produciendo graves problemas medioambientales que pueden llegar a ser irreversibles.

# 1.2 Definición del Problema

:Capítulo 1:

INCIDES es una entidad que actualmente carece de una imagen sólida y de estrategias de comunicación, al mismo tiempo que no cuenta con material gráfico de apoyo para los diferentes programas que lleva a cabo dentro de las comunidades.

La falta de información accesible a los posibles voluntarios acerca de los programas evita que las comunidades reciban una educación que le permita un desarrollo económico y social estable a sus habitantes a través de sus siembras, para tener una mejor calidad de vida. Es por tal motivo que se hace necesario apoyar a la organización con la creación de una campaña de divulgación.

# 1.3 Justificación

:Capítulo 1:

## | Magnitud

Las personas beneficiadas con la campaña de divulgación serán las pertenecientes a las familias que viven dentro de las comunidades de San Lucas Sacatepéquez, ya que según el Instituto Nacional de Estadística -INE-, de 18,000 habitantes, al menos 6,000 viven en comunidades y viven de sus siembras. Al difundir el trabajo que la organización realiza con sus programas se logrará aumentar el número de voluntarios.

## Trascendencia

Ya que el crecimiento demográfico en Guatemala ha crecido y su ritmo parece no detenerse, los patrones de consumo de la población se incrementan, demandando cada vez un mayor número de bienes que en última instancia provienen de los recursos naturales. Este problema no puede enfrentarse solo, por lo tanto se debe educar a las comunidades para impulsar cambios dentro de ellas, así que es importante la integración de voluntarios a los diferentes programas, para ayudar a las comunidades a optimizar los recursos disponibles en el presente sin comprometer su existencia en el futuro.

# 1.3 Justificación

## Vulnerabilidad

Si se elabora una correcta campaña de divulgación de los programas y se diseñan los materiales gráficos de apoyo necesarios, será factible ayudar a más comunidades y evitar la cancelación de los programas, ya que se puede aumentar de manera efectiva el número de voluntarios que participa activamente dentro de estos.

Con la campaña se pretende abrirle las puertas a INCIDES frente a las personas; y con la estrategia y campaña en mención, fomentar la implementación de nuevos programas.

## Factibilidad

INCIDES sí cuenta con los recursos económicos necesarios para la impresión y distribución de la campaña, ya que tiene el apoyo de entidades privadas que buscan reforzar el desarrollo social. Además, se tiene la ventaja de que el grupo objetivo tiene acceso a la tecnología, lo cual servirá de apoyo al material gráfico que se utilizará vía electrónica.

# 1.4 Objetivos

:Capítulo 1:

## Objetivo General

- Diseñar una campaña de divulgación de los programas de INCIDES para la captación y participación de voluntarios dentro del proyecto.

## Objetivos específicos

- Diseñar afiches con la finalidad de dar a conocer de manera global los programas.
- Diseñar material gráfico de apoyo impreso, como folletos y unifolios, que describa de manera directa cada uno de los programas.
- Desarrollar una página web que permita tener acceso a la información de los programas y afiliarse al voluntariado.
- Implementar de manera dinámica una comunidad virtual de voluntarios dentro de una red social (Facebook).





# 2 Capítulo Dos

Presentación del perfil de la organización INCIDES, descripción del Grupo Objetivo al cual está dirigida la campaña de divulgación propuesta.





# 2.1 Perfil y Servicio

:Capítulo 2:

## Perfil de la organización y el servicio que brinda

INCIDES es una organización sin fines de lucro y de desarrollo sostenible en la promoción de una cultura preventiva. Esta iniciativa nace como idea de un grupo de jóvenes jesuitas que buscan contribuir en la transformación de la sociedad guatemalteca y es llevada adelante por un grupo de personas comprometidas y conscientes de la problemática social.

La organización de Integración de Comunidades para el Desarrollo Sostenible -INCIDES- instruye y orienta a las comunidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades, mediante la aplicación de los siguientes programas:

- Sede del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica -IGER-, que brinda educación a adolescentes, jóvenes y

adultos guatemaltecos mediante el sistema radiofónico; además de ofrecer educación formal en los niveles de Alfabetización, Primaria Acelerada, Ciclo Básico y Bachillerato, y un curso de Actualización para maestros de primaria en servicio.

- **Capacitación empresarial** acorde a la vocación del campesino, para el mejoramiento integral como beneficiario preferencial de su acción directa.
- **Un centro de resolución alternativa de conflictos** que desarrolla procedimientos de conciliación y arbitraje con un nivel mayor de especialización en diversas materias, acorde a la complejidad que se requiera.

# 2.2 Propósitos

:Capítulo 2:

## Misión

- Fortalecer a las comunidades y su entorno social dentro de una visión integral como personas por medio de un desarrollo humano sostenible.

## Visión

- Constituirse en una red de centros de apoyo y consulta que brinde un servicio de calidad, accesible, eficiente, y con atención personalizada, autogestionable y dirigida al desarrollo social de las comunidades.

## Bases Filosóficas

- Humanismo integral y solidario
- Respeto a la vida y a la dignidad
- Trascendencia del ser humano

## Valores

- Responsabilidad social
- Solidaridad e integridad
- Ética y competencia profesional
- Honestidad y lealtad

# 2.3 Grupo Objetivo

:Capítulo 2:

## Nivel Medio Alto AB

### Perfil Geográfico

Residentes en el área urbana de la ciudad capital, clima variable.

### Perfil Demográfico

Jóvenes entre 23 y 30 años, hombres y mujeres solteros. Poseen vehículo de modelo no reciente.

Estudiantes que superan los estudios secundarios, que asistan a universidades dentro del perímetro de la ciudad; trabajan para cubrir sus gastos personales con un ingreso promedio de Q. 3,000 mensuales y

tienen la oportunidad de viajar. Su lugar de descanso es el interior del país.

Religión variable según su cultura étnica, raza ladina e indígena, nacionalidad variable, hispanohablantes.

Viven en sectores residenciales y en colonias cerradas, su casa tiene como mínimo 3 habitaciones, disponen de servicios básicos y bienes de confort tales como lavadora, estufa, refrigeradora y computadora.



### **Perfil Psicográfico**

Clase social media-media y media-alta.

Su estilo de vida es ajustado a su ingreso mensual, tienen deseos de superarse.

Acuden a centros comerciales como distracción, visitan los cines regularmente y disfrutan de los deportes.

De personalidad independiente y extrovertida, líderes, con capacidad de seguir instrucciones y trabajo en equipo. Les interesa la labor social y la transformación para construir un mejor país.

### **Conducta Visual**

El grupo objetivo lee revistas y periódicos, usuario constante de Internet, su forma de comunicación es mediante correos electrónicos, miembro de redes sociales que le permite mantener una actualización constante de su círculo de amistades.

# 3 Capítulo Tres

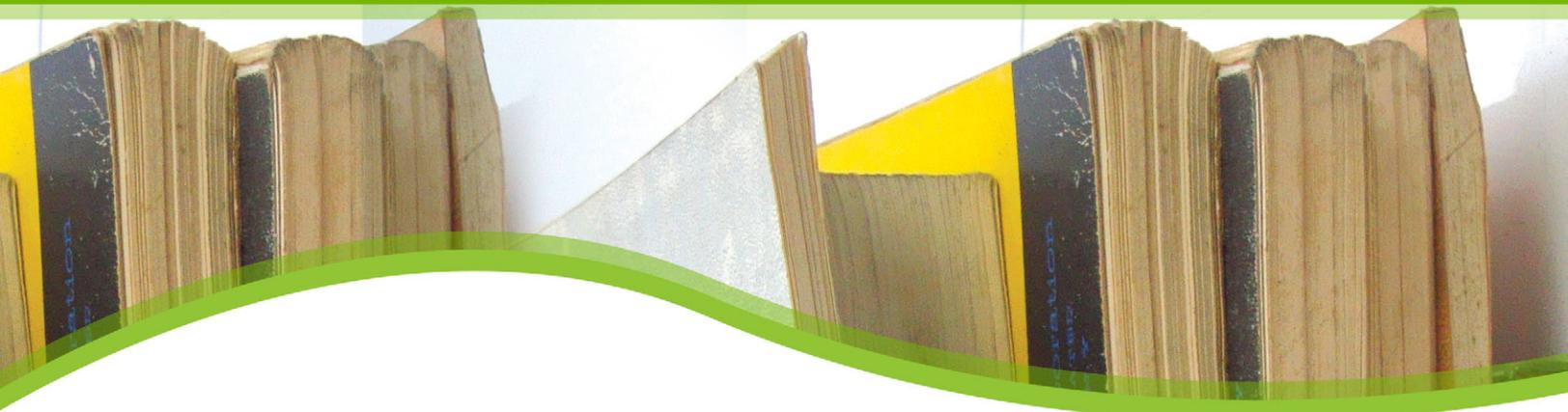
Descripción de conceptos fundamentales de los materiales que se realizarán en la campaña.





# 3.1 Conceptos Fundamentales

:Capítulo 3:



## La importancia de la campaña de divulgación

Según Antonio Ríu (2009), cuando se pretende conseguir cambios de comportamiento debe hacerse con una acción doble y simultánea con la sensibilización y disciplina.

En el presente proyecto se propone trabajar en la sensibilización de los ciudadanos a través de campañas específicas de divulgación para convencerles de la importancia de aplicar los programas de desarrollo sostenible dentro de las comunidades. Y a la vez en la disciplina para evitar confundir a las personas con el exceso de información que se pueda brindar.

*“A la hora de establecer los fines generales de la campaña de divulgación será preciso establecer*

*asimismo la conducta particular que se pretenda modificar. Debe tenerse presente que la educación y el cambio de actitud contribuyen a modificar la conducta del público, pero no son un fin en sí mismos.*

*¿Qué se pretende? Fomentar la divulgación y la educación con el fin de modificar las percepciones y las actitudes del público con respecto a una cuestión en particular. La modificación de las percepciones y las actitudes será el paso previo para modificar la conducta descrita anteriormente.”*

(www.wipo.int:La estrategia de la campaña)

Tomando en cuenta lo anterior, se debe considerar que el grupo objetivo tiene características propias, por lo cual no es aconsejable el empleo de un único método para dirigirse a ellos.

## 3.1 Conceptos Fundamentales

Se considera importante realizar una segmentación del grupo objetivo y dividirlo en categorías que tengan características similares, todo esto, si se quiere llegar a cada segmento con el mensaje más conveniente.

### | Publicidad Social

La Publicidad en Guatemala se desarrolla junto con los medios de comunicación, como dice Méndez Arriaza (1999) en su investigación sobre la Publicidad Social: en este país se ha considerado un medio de comunicación muy eficaz para promover principios y valores; también generar o cambiar actitudes con el fin de promover el desarrollo individual y social de los guatemaltecos.

Vivar Estrada (1999) nos dice que la publicidad dentro de una sociedad debe comprender sus principios y aplicaciones a través de la manipulación de la conciencia de los individuos que la integran. Además divide históricamente y define el punto de partida de la función social de la publicidad.

Lo anterior conduce a generar las propuestas de diseño en base a la publicidad social, ya que esta ha demostrado tener la capacidad de influir en el cambio de actitud, pero que está sujeta al uso de muchos elementos y materiales para el proceso de persuasión.

### Afiche

En la monografía llamada Publicidad (S/F) se define el afiche así:

*“Los afiches son un desafío para los creativos porque ellos deben desarrollar un mensaje que capte la atención de un perceptor generalmente desbordado por múltiples estímulos. Este desafío se concentra en elaborar un mensaje significativo de la manera más concisa. Al elegir la ubicación para el afiche es importante tener en cuenta:*

- *El tráfico que frecuenta la zona, su volumen, velocidad, tipo de tránsito, etc.*
- *El entorno inmediato, si está cerca de centros comerciales, competencia de otros mensajes*
- *El tamaño y atractivo físico del soporte en donde se va a ubicar.”*

(www.monografias.com:Publicidad)

## 3.1 Conceptos Fundamentales

Los afiches son considerados como un recurso de comunicación, ya que estos tienen la propiedad de comunicar de modo claro y directo un mensaje único.

Es importante apreciarlo como un soporte de comunicación efectiva y poderosa.

Estos buscan agradar al sugerir más de lo que dicen y plantean una forma de comunicación entre un organismo y un público para transmitir un mensaje y conseguir una acción y cambio de actitud de quien lo vea. Esto permite utilizar los afiches como un recurso que refuerza los materiales a elaborar.

### Folleto

#### **¿Qué es un folleto?**

Un folleto es la carta de presentación de toda empresa seria y por ello es fundamental que cuente con un diseño y una impresión de máximo nivel.

Los folletos [...] siguen siendo una de las herramientas más efectivas para aumentar

las ventas de una empresa, darla a conocer e instalarla en el imaginario social.

Las personas ven en un folleto la existencia real, la solidez y el respaldo de una empresa. Además, los folletos son piezas gráficas de gran utilidad que permiten a los clientes reales y prospectivos contactarse en cualquier momento con una institución, por ello puede decirse que crean un lazo fuerte entre una empresa y su público.

([www.thebrochure.org](http://www.thebrochure.org):¿Qué es un folleto?)

#### **Díptico**

Un díptico es un folleto de cuatro caras, dos interiores y dos exteriores, producto del plegado de una hoja en dos. Los dípticos son folletos que pueden cumplir distintos objetivos. Se utilizan, básicamente, como presentación de una compañía ante clientes reales o posibles, proveedores y otras instituciones. Se ofrece así en ellos los principios corporativos, los productos y servicios y la información de contacto.

([www.thebrochure.org](http://www.thebrochure.org):Tipos de folletos)

# 3.1 Conceptos Fundamentales

Estos son los materiales que se utilizarán en la campaña de divulgación para dar a conocer los diferentes programas. Se colocará la información básica, características, el tipo de ayuda que se puede dar como voluntario y la manera de contactar a la organización. Al ser un medio impreso permite que el grupo objetivo conserve la información y que posteriormente la pueda consultar con mayor detalle.

## Páginas Web

### **¿Qué es un sitio web?**

Rosales (2001) afirma que se le denomina sitio Web al conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en específico. Son generalmente utilizadas por empresas, organizaciones e individuos para comunicarse globalmente para dar a conocer sus distintos bienes y servicios o incluso para llevar a cabo funciones de mercadotecnia y educativas.

Los sitios web varían en su estructura según las necesidades de cada empresa, no se tiene establecida la cantidad y orden de páginas que componen la estructura de un sitio. Existe un esquema estandarizado en el que la mayoría de las páginas encajan, afirma Rosales (2001).

Un sitio web permitirá la comunicación global para dar a conocer la organización, los diferentes programas que implementan en las comunidades, la forma de contactar y ayudar a la organización de manera más fácil, así como también la posibilidad de descargar material informativo. También permite tener la mayor cantidad de información en un solo lugar.

### **Sitios web institucionales:**

Arreaga (2005) menciona que son los sitios que representan a una empresa o institución, cuyo objetivo principal es dar información acerca de los servicios o productos que ofrecen, o bien su historia, procesos y logros.

Dentro de las ventajas al tener un sitio web se puede mencionar:

- Dar a conocer la organización a nivel local con alcances a nivel mundial
- Permite reducir los costos de mercadeo
- Captar nuevos voluntarios
- Los usuarios pueden comunicarse directamente con la institución.

### Programas de capacitación

*[...] el crecimiento económico no ha sido suficiente en todos los casos, lo que indica que las condiciones de pobreza extrema en las zonas rurales sólo podrán mejorarse con programas destinados específicamente a tal efecto.* (Echeverría, 2000:149)

Se debe tomar en cuenta que la ejecución de los programas requiere de un proceso de organización y capacitación que brinde a las comunidades los herramientas y mecanismos para alcanzar la autogestión comunitaria, que les permita desarrollar el sentido de pertenencia regional y les proporcione los conocimientos

específicos que requieren para poner en marcha los trabajos dentro de las comunidades.

En palabras de Sabino Ayala (2006), *“La capacitación ha demostrado ser un medio muy eficaz para hacer productivas a las personas, su eficacia se ha demostrado en más del 80% de todos los programas de capacitación.”*

Los programas que se imparten están diseñados con contenidos aptos para el desarrollo de las comunidades según la región en donde viven. Se deberá tomar en cuenta que las personas necesitarán una capacitación y actualización muchas veces durante su vida laboral. También se optimizarán los programas con el objetivo de mejorar las capacidades, aumentar el rendimiento y permitir el crecimiento de las comunidades.

Esto permite definir el perfil del grupo objetivo al que se dirige la campaña para brindar la capacitación de los diferentes programas a las comunidades, sin recibir ninguna retribución económica a cambio de esto.

# 3.1 Conceptos Fundamentales

## Voluntarios

Gutiérrez Resa (Gutiérrez, 1997) define el voluntariado como *“aquella serie de personas que, voluntaria y solidariamente, deciden prestar una parte de su tiempo y de sus facultades en beneficio de otros ciudadanos que lo necesitan, en organizaciones y programas de acción social y sin recibir contraprestaciones habituales en el mercado”*.

Es necesario tomar en cuenta que el voluntariado está influenciado por la historia, el entorno, la religión, la cultura, etc. Un estudio que analiza diferentes definiciones sobre voluntariado (Cnaan, Handy y Wadsworth, 1996) identifica cuatro dimensiones fundamentales:

- **Naturaleza de la acción:** voluntaria, no forzada, obligada.
- **Naturaleza de la recompensa:** sin recompensa, sin recompensa esperada, compensación de gastos, salario bajo.
- **Contexto:** asociado formalmente, no formal.
- **Objeto de la ayuda:** desconocidos, conocidos, autoayuda.

Estas cuatro dimensiones posibilitan el trazo de una ruta de acción para la correcta elaboración del mensaje que se quiere transmitir y lograr así la captación de voluntarios que adquieren un compromiso por iniciativa propia, libremente. Y esto facilita el trabajo en equipo entre usuarios, remunerados, voluntarios y la comunidad.

## Desarrollo sostenible

Según palabras de Vicente Mancebon (2004), *“Desarrollo Sostenible, plantea la tesis de que el ser humano es capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro el que puedan seguir haciéndolo las venideras. Ello en base a una adecuada organización social y a una correcta explotación de los recursos. Se trata de conseguir compatibilizar la rentabilidad económica y la producción continuada y segura de alimentos con el no deterioro del Medio Ambiente.*

*Es un modelo de desarrollo que se apoya en estrategias de acción concretas.”*

## 3.1 Conceptos Fundamentales

Esto permite comprender que se necesita fomentar una actividad económica que suministre los bienes necesarios a la población. Se debe contemplar la reducción al mínimo de los efectos negativos de la actividad económica, de tal forma que la generación de residuos sea soportable para las próximas generaciones.

Mancebon (2004) cita:

*"Las características que debe reunir un desarrollo para que lo podamos considerar sostenible son:*

- *Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.*
- *Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.*
- *Usa los recursos eficientemente.*
- *Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.*
- *Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.*
- *Restaura los ecosistemas dañados.*
- *Promueve la autosuficiencia regional.*

- *Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano."*

Al brindarle a la población metas de este tipo se le estimula a formar de este un ciclo para la mejora ambiental y personal. Existe la consciencia de que un cambio de mentalidad es lento y difícil, que se deben de afianzar nuevos valores, y para hacerlo son de especial importancia los programas educativos y divulgativos.

### Educación Radiofónica

Según palabras de Peppino (1991), *"la educación radiofónica es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinado y validado por una institución del sistema social. En un programa de radio educativa el radioescucha se convierte en un alumno que se inscribe a un curso, donde será evaluado para obtener un certificado de estudios, no obstante no se encuentra inscrito en una institución educativa."*

# 3.1 Conceptos Fundamentales

La educación radiofónica es un medio importante que se utiliza para llegar a las comunidades, lo que les permite recibir una educación con la cual podrán descubrir, desarrollar y cultivar cualidades para un crecimiento económico y social mediante la integración al mercado para mejorar la calidad de vida.

## Siembra

*“El Sistema de Siembra Directa se ubica dentro del concepto de la agricultura sostenible, se define como aquella que procura establecer una productividad alta del suelo permanentemente, a manera de conservar o restablecer un medio ambiente ecológico equilibrado (Adelgelmy Kotschi, 1985). Comprende, además, la viabilidad económica y el mejoramiento de la calidad de vida.”*

(www.monografias.com:siembras)

Se comprende que la siembra es un conjunto de técnicas integradas que tienen por objetivo mejorar las condiciones ambientales de agua-suelo-clima para explotar en la mejor forma posible el potencial de producción de los

cultivos. Las técnicas de las siembras deben ser adaptadas y enriquecidas según la región con las adaptaciones y experiencias locales, para tener un suelo agrícola productivo y rentable para el agricultor.

## Cosecha

*“La cosecha marca el final [...] del ciclo de un fruto en particular. El término cosechar [...] incluye también las acciones posteriores a la recolección del fruto propiamente dicha, tales como la limpieza, clasificación y embalado de lo recolectado hasta su almacenaje o su envío al mercado de venta al por mayor o al consumidor.”*

(www.monografias.com:cosecha)

La cosecha es la recolección al final de una etapa, que permite recoger los frutos de lo sembrado, si se ha utilizado la técnica, metodología y proceso adecuados, se tendrá un resultado positivo. Es de conocimiento dentro de las comunidades que la cosecha es el trabajo manual más intenso del proceso.

## Construcción

*“Se denomina construcción a todo aquello que exige, antes de hacerse, tener o disponer de un proyecto o plan predeterminado, o que se hace uniendo diversos componentes según un orden determinado.”*

([www.monografias.com/construcción](http://www.monografias.com/construcción))

La referencia a construcción involucra diversas formas de concretarla a través de distintas combinaciones que permitirán hacer varios tipos de estructuras. Se necesita un proceso previamente elaborado y analizado para que el resultado esperado de una construcción sea el correcto.

# 3.2 Concepto Creativo

:Capítulo 3:



Todo proyecto de diseño tiene su principio en un concepto gráfico que surge en base a la recopilación de ideas y características principales que se busca representar por medio de los elementos gráficos.

Este concepto es la base del proyecto, pues todas sus piezas deben estar ligadas a representarlo tomando en cuenta las necesidades del grupo objetivo y lo que se busca comunicar.

Para la elaboración del concepto creativo se realizó un brainstorming -el cual consiste en una lluvia de ideas sobre el mismo tema, ya sea para enriquecerlo o para clarificar el sentido del mismo, sin limitar el pensar y favorecer la creatividad para dar una respuesta integral e innovadora- de frases relacionadas con la organización, el trabajo que realiza y la necesidad que tiene.

Los resultados se detallan a continuación:

## Etapa 1

- No podemos esperar y no podemos equivocarnos, apoyando el desarrollo sostenible
- ¡No podemos equivocarnos... buscando un desarrollo sostenible!
- No podemos esperar... en busca del desarrollo sostenible
- No podemos esperar... camino a un desarrollo sostenible
- Construyendo para un futuro
- Trabajando para el futuro
- Trabajando para el mañana
- Desarrollando el mañana
- Cultivando para un mejor mañana
- Yo quiero un mejor mañana

### Etapa 2

- Construyendo un mejor mañana
- Desarrollando un mejor mañana
- Yo quiero un mejor mañana
- Para ti, para mí... yo quiero un mejor mañana
- No podemos esperar, desarrollando un mejor mañana

### Etapa Final

#### **Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana**

La campaña tendrá como concepto central: **“Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana”**, esto hace referencia a que los programas, capacitaciones y trabajos que se realizan por parte de la organización necesitan de dos partes: los voluntarios y de la comunidad, para poder realizar un trabajo en conjunto y lograr que la comunidad logre un desarrollo como tal.

Lo que busca entonces la campaña partiendo de este concepto es darle a conocer al

grupo objetivo los programas que realiza la organización.

Este concepto permite hacer relación directa entre comunidades y voluntarios, ya que son las primeras las que necesitan la ayuda y los segundos son los que brindan las capacitaciones para que estas alcancen un desarrollo sostenible satisfactorio.

Ya que a simple vista las labores que realizan los voluntarios pueden pasar desapercibidas, se busca informar sobre la importancia de estas, motivar la participación en relación a este tipo de trabajo, el cual se lleva a cabo con una firme infraestructura, compromiso y transparencia.

Al poseer el tema una perspectiva tan amplia permite cubrir cada una de las etapas de la estrategia de divulgación y concientización, ya que se comunica en un primer aspecto lo que se está logrando y en un segundo, la participación misma de la población y los voluntarios, lo que lleva a una constante retroalimentación.

## 3.2 Concepto Creativo

El concepto tiene como meta provocar la acción de participar, lo cual se deriva de la información completa y acertada que se brinde de los programas y cada una de sus actividades. Esto permite tener una actitud positiva ante la ayuda a las comunidades.

La estrategia de comunicación es la forma cómo se va a materializar la idea. En esencia la ejecución de la campaña se hará por segmentos de público, a través de los medios necesarios para acceder a ellos, y se utilizará un esquema para vincular a la organización con nuestro grupo objetivo.

### | Integración de Resultados

La siguiente imagen muestra la integración de resultados que se reflejó en el proceso creativo, el cual incluye los colores seleccionados y una tipografía acorde al grupo objetivo. Dicha

integración será utilizada dentro de los materiales de la campaña.

Para ti, para mí...  
**construyendo**  
un mejor mañana

Para ti, para mí...  
**construyendo**  
un mejor mañana

### Propuesta final Concepto

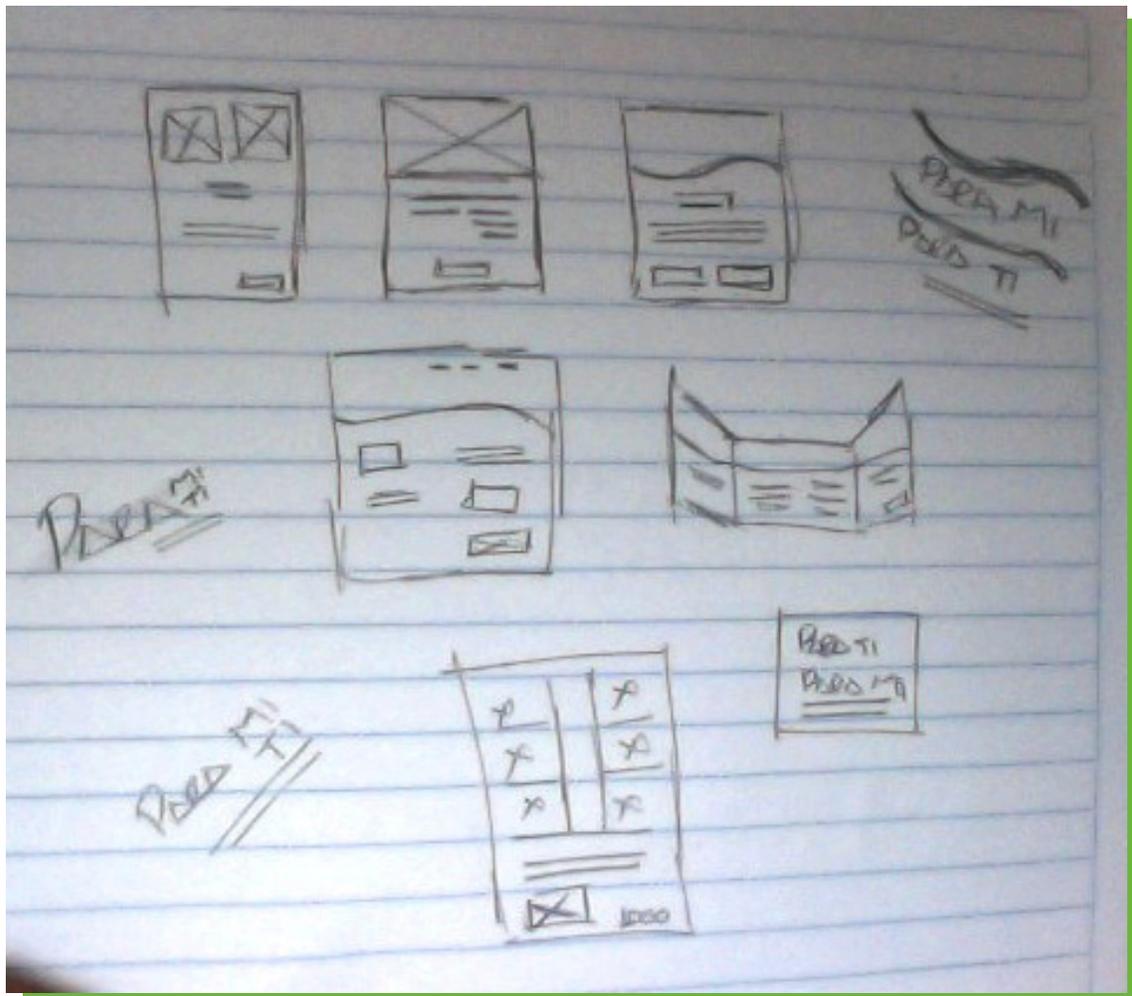


Para ti, para mí...  
**construyendo** un mejor mañana

## Visualización de Concepto

Se muestran las diferentes variaciones que se plantearon para la realización de los materiales de la campaña, en las propuestas se tomó en

cuenta el texto, logotipo, imágenes y mensaje principal.



# 3 Proceso de desarrollo

:Capítulo 3:



## Proceso de desarrollo de los bocetajes y decisiones de diseño

### Bocetaje



Página Web

Medida: 800px X 700px

Formato: Vertical

Fan Page

Formato: Vertical

Facebook

**Educación Radiofónica**

**Capacitación Empresarial**

**Resolución de Conflictos**

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**Únete al voluntariado para ayudar a las comunidades, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindando capacitaciones de las siguientes formas:

- Educación Radiofónica
- Capacitaciones Empresariales
- Centro de resolución alternativa de conflictos

Para más información comuníquese al (502) 2434 9051 o envíe un correo a [info@incides.com](mailto:info@incides.com). Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**Únete al voluntariado para ayudar a las comunidades!**

Ayuda a las comunidades brindando capacitaciones de las siguientes formas:

- Educación Radiofónica
- Capacitaciones Empresariales
- Centro de resolución alternativa de conflictos

Para más información comuníquese al (502) 2434 9051 o envíe un correo a [info@incides.com](mailto:info@incides.com). Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindando:

- Educación Radiofónica

Para más información comuníquese al (502) 2434 9051 o envíe un correo a [info@incides.com](mailto:info@incides.com). Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindando:

- Capacitaciones Empresariales

Para más información comuníquese al (502) 2434 9051 o envíe un correo a [info@incides.com](mailto:info@incides.com). Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)

Afiches  
Medida: 11"x17"  
Formato: Vertical

## Propuesta final de bocetaje



**Educación Radiofónica**

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles

- **Educación Radiofónica**

Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)




**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**Únete al voluntariado para ayudar a las comunidades,  
educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles capacitaciones de las siguientes formas:

- Educación Radiofónica
- Capacitaciones Empresariales
- Centro de resolución alternativa de conflictos



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)




**Capacitaciones Empresariales**

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles

- **Capacitaciones Empresariales**

Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)



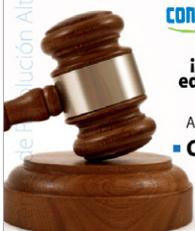

**Centro de Resolución Alternativa**

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

**¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades en el

- **Centro de Resolución Alternativa**



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)



Afiches  
Medida: 11"x17"  
Formato: Vertical



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Educación Radiofónica

Brinda educación a adolescentes, jóvenes y adultos mediante el sistema radiofónico de su programa "El Maestro en Casa".

La alfabetización *"no es simplemente aprender a leer, escribir y contar"*, sino aprender a leer y transformar la realidad, no pretende solamente llenar la mente del estudiante de conocimientos, sino que éste sea capaz de extraer de ellos los elementos que los conduzcan al cambio de actitud en la vida, al crecimiento en su escala de valores, a una mayor y mejor socialización, que los conducirán a la formación de un gran pueblo.

A través de su sistema de enseñanza, pretende que el guatemalteco, dé soluciones a los problemas y retos del hoy y del mañana.

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Capacitaciones Empresariales

Se busca que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar para favorecer su multiplicación y crecimiento. Estas actividades se realizan a través de capacitaciones directas a los campesinos, a las familias y a través de experimentaciones.

Se obtendrán beneficios de la capacitación en la medida en que se acepte que el factor más importante es el capital humano.



Muchas de las mejoras inmediatas que se realizan dentro de las comunidades son de muy bajo costo y seguidas de otras acciones similares o de mayor envergadura a mediano y largo plazo.

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Centro de Resolución Alternativa

es un centro especializado, que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales, abordando situaciones problemáticas en diversas áreas a través del diálogo y, específicamente, con procedimientos y técnicas son la **Mediación**, **Conciliación** y **Negociación**, para las personas o grupos de personas que habiten o trabajen en comunidades, sin requerimientos socioeconómicos.



Se busca agotar todas las instancias disponibles para lograr acuerdos pacíficos y satisfactorios.

**Es un procedimiento ágil y gratuito hasta la fecha.**

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)

Unifoliare

Medida: 4" x 8.5"

Formato: Vertical

# 3.3 Proceso de desarrollo

## Folleto

Medida: 5.5" x 8.5"

Formato: Vertical

**Centro de Resolución Alternativa de Conflictos**

Centro especializado que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales.

**incides**

**Centro de Resolución Alternativa de Conflictos**

El **Centro de Resolución Alternativa de Conflictos** es un procedimiento ágil y gratuito que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales, atendiendo situaciones problemáticas en diversas áreas a través del diálogo y específicamente, con procedimientos y técnicas de Resolución Alternativa de Conflictos, que son la **Mediación, Conciliación y Negociación** entre las personas o grupos de personas que habitan o trabajan en comunidades, con requerimientos socioeconómicos.

La mediación promueve el entendimiento de las partes involucradas, negociando según sus propios intereses y apropiándose de la situación en lugar de optar a un tercero.

**¿Qué hacemos?**

**Objetivo**

Difundir el Centro de Resolución Alternativa de Conflictos, como una alternativa de derivación para la solución de los conflictos. No obstante en la resolución de conflictos que presenten los usuarios en el Área Familiar, Violencia, Child y Laboral.

**Ejes de Intervención**

**Tro. Atención de Usuarios y Casos**

**Primer Atención y Orientación**

**Intervención Especializada**

**Ejes de Intervención**

**Educación Radiofónica**

IGER

Educación de adolescentes, jóvenes y adultos, mediante el sistema radiofónico "El Maestro en Casa"

**incides**

**Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica**

IGER

El **Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER)** es una institución privada, sin fines de lucro, con carácter no lucrativo, aprobada por el Ministerio de Educación y representada por la Asociación de Servicios Educativos y Culturales (ASDEC), reconocida oficialmente según Acuerdo de Creación No. 828 del 21/11/83 y Examen No. 451 del 22/09/92, No. 62 del 22/05/94, No. 838-99-EP del 05/07/99. El acto de renovación más reciente es la Resolución IJG/CA No. 460-2001-01 la cual tiene vigencia de enero 2001 a diciembre 2013.

IGER se dedica a la educación de adolescentes, jóvenes y adultos guatemaltecos, mediante el sistema radiofónico de su programa **"El Maestro en Casa"**, transmitido por el Grupo Radial AM de AM y Radio SCA. Ofrece educación formal en los niveles de Educación Primaria, Secundaria, Ciclo Básico y Bachillerato, además de cursos de actualización para maestros de primaria en áreas. Cuenta su acción en todos los departamentos de la República y con los servicios centrales en Guatemala, Capital. Presta servicios de Remota Bilingüe a la población maya Q'eqchi' y K'icheh'.

**¿Qué hacemos?**

**Historia**

IGER comenzó a girar una veintidós años antes de su nacimiento. Todo empezó en 1971, cuando Padre Frang Tambrani, un jesuita alemán que llegó a Guatemala. Se involucró en Costa Rica y ahí descubrió que las personas de escasos recursos tenían penurias en la educación de estas personas. Fundó, en 1973, el Instituto Costarricense de Enseñanza por Radio (ICER). El padre Frang trabajó en esta institución cinco años antes de llegar a Guatemala en 1978.

Ministerio tanto en Guatemala, Sor María Soto, que había colaborado como maestra orientadora en Costa Rica, volvió material de actualización al ICER para probarlo con un grupo de estudiantes. Este material fue utilizado para actualizar a un grupo de docentes. Durante los primeros tres trabajadores del hogar. Para alegría de muchos, esta primera experiencia fue todo un éxito en sólo 12 semanas, 24 estudiantes aprendieron a leer y a escribir, hay 42,000 estudiantes inscritos.

**Historia**

**Capacitación Empresarial**

Se busca que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar para favorecer su multiplicación y crecimiento.

**incides**

**Capacitación Empresarial**

Una de las principales actividades desarrolladas en la capacitación empresarial buscando que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar en sus terrenos para favorecer su multiplicación y crecimiento. Estas actividades se realizan a través de capacitaciones directas a los campesinos, a las familias y a través de representaciones.

Las capacitaciones han mostrado ser una de las herramientas más efectivas con que cuentan las empresas para permanecer en un mercado globalizado y altamente competitivo.

IGER, a través de las capacitaciones empresariales, juega un papel significativo en el desarrollo de campesinos, varones y mujeres. Además, busca crear conciencia en la responsabilidad personal en el trabajo, que se ve reflejada en la actitud del colaborador y en el ambiente que se genera en su lugar de trabajo. Únicamente se obtendrán beneficios de la capacitación en la medida en que se acepta que el factor más importante es el capital humano.

**Capacitación Empresarial**

**Capacitación Empresarial**

IGER trabaja con los siguientes los enfoques:

- Agroecología
- Calidad de Género
- Trabajo Familiar

Con estos pretende formar mejores campesinos varones y mujeres del área rural, porque no sólo aplica la ecología a la agricultura, sino también a la cultura, las personas en su contexto histórico, político, social y económico.

En base a esto, **INCIDES** está en capacidad y cuenta con las condiciones humanas y materiales para responder a la demanda de formación, en la perspectiva del desarrollo sostenible.

**Capacitación - Empresarial**



Página Web

Medida: 800px X 700px

Formato: Vertical



Fan Page

Formato: Vertical

Facebook

## Propuesta Gráfica Final



Educación Radiofónica

**Para ti, para mí...**  
construyendo un mejor mañana

**¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles

- Educación Radiofónica

Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)




**Para ti, para mí...**  
construyendo un mejor mañana

**Únete al voluntariado para ayudar a las comunidades, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles capacitaciones de las siguientes formas:

- Educación Radiofónica
- Capacitaciones Empresariales
- Centro de resolución alternativa de conflictos



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)




Capacitaciones Empresariales

**Para ti, para mí...**  
construyendo un mejor mañana

**¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades brindándoles

- Capacitaciones Empresariales

Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)




Resolución Alternativa

**Para ti, para mí...**  
construyendo un mejor mañana

**¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!**

Ayuda a las comunidades en el

- Centro de Resolución Alternativa



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
Visite [www.incides.com](http://www.incides.com)



Afiches

Medida: 11"x17"

Formato: Vertical



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Educación Radiofónica

Brinda educación a adolescentes, jóvenes y adultos mediante el sistema radiofónico de su programa "El Maestro en Casa".

La alfabetización *"no es simplemente aprender a leer, escribir y contar"*, sino aprender a leer y transformar la realidad, no pretende solamente llenar la mente del estudiante de conocimientos, sino que éste sea capaz de extraer de ellos los elementos que los conduzcan al cambio de actitud en la vida, al crecimiento en su escala de valores, a una mayor y mejor socialización, que los conducirán a la formación de un gran pueblo.



A través de su sistema de enseñanza, pretende que el guatemalteco, dé soluciones a los problemas y retos del hoy y del mañana.

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Capacitaciones Empresariales

Se busca que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar para favorecer su multiplicación y crecimiento. Estas actividades se realizan a través de capacitaciones directas a los campesinos, a las familias y a través de experimentaciones.

Se obtendrán beneficios de la capacitación en la medida en que se acepte que el factor más importante es el capital humano.



Muchas de las mejoras inmediatas que se realizan dentro de las comunidades son de muy bajo costo y seguidas de otras acciones similares o de mayor envergadura a mediano y largo plazo.

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)



## Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana

### ■ Centro de Resolución Alternativa

es un centro especializado, que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales, abordando situaciones problemáticas en diversas áreas a través del diálogo y, específicamente, con procedimientos y técnicas son la **Mediación**, **Conciliación** y **Negociación**, para las personas o grupos de personas que habiten o trabajen en comunidades, sin requerimientos socioeconómicos.



Se busca agotar todas las instancias disponibles para lograr acuerdos pacíficos y satisfactorios.

**Es un procedimiento ágil y gratuito hasta la fecha.**

¡Únete al voluntariado,  
educa, siembra y cosecha!



Para más información envíe un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)

Unifoliare

Medida: 4" x 8.5"

Formato: Vertical

# 3.3 Proceso de desarrollo

## Folleto

Medida: 5.5" x 8.5"

Formato: Vertical

**Centro de Resolución Alternativa de Conflictos**

Centro especializado que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales.

**incides**

**Centro de Resolución Alternativa de Conflictos**

El **Centro de Resolución Alternativa de Conflictos** es un procedimiento ágil y gratuito hacia la vida.

En mediación, si hay un acuerdo final, en consecuencia de la voluntad de las partes, por lo que siempre implica una solución al problema planteado.

El equipo profesional está conformado por profesionales del área de las Ciencias Humanas y Sociales (trabajo social y abogado), que cuentan con cursos de post-gradúo, capacitación práctica, cuántas y especialización en materia relacionada.

La mediación promueve el protagonismo de las partes involucradas, negociando según sus propios intereses y apropiándose de la situación en lugar de optar a un tercero.

**¿Qué hacemos?**

**Objetivo**

Difundir el Centro de Resolución Alternativa de Conflictos, como una alternativa de atención para la solución de los conflictos. No abanderados en la resolución de conflictos que presenten los usuarios y en el Área Familia, Violencia, Child y Laboral.

**Ejes de Intervención**

- Tro. Atención de Usuarios y Casos**
  - Primer Atención y Orientación**: Concepcionalización de Problemática, orientación sociojurídica general y decisión oportuna con el sistema del modo de resolución y posible ingreso a Intervención Especializada si procede.
  - Intervención Especializada**: Intervención en Mediación. Se utiliza tomando énfasis en la permanencia de las Relaciones Interpersonales, en particular en las Áreas de FAMILIA y VIOLENCIA.
- Intervención en Conciliación**: Apoyar casos en los que hay poca o nula permanencia de relaciones interpersonales y enfoca esta decisión al logro de acuerdos y desdramatización del conflicto, se presentan por lo general en el área LABORAL y CIVIL.
- Intervención en Negociación**: Apoyar casos en los que no hay disponibilidad de una o ambas partes involucradas en la problemática de manera que sea por distancia, disposición personal o casos excepcionales de Violencia Intrafamiliar.

**Ejes de Intervención**

**Capacitación Empresarial**

Se busca que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar para favorecer su multiplicación y crecimiento.

**incides**

**Capacitación Empresarial**

Una de las principales actividades desarrolladas en la capacitación empresarial, fomenta que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar en sus terrenos para favorecer su multiplicación y crecimiento. Estas actividades se realizan a través de capacitaciones directas a los campesinos, a las familias y a través de experimentaciones.

Las capacitaciones han mostrado ser una de las herramientas más efectivas con que cuentan las empresas para permanecer en un mercado globalizado y altamente competitivo.

INCIDES a través de las capacitaciones empresariales, busca un papel significativo en el desarrollo de campesinos, varones y mujeres. Además, busca a crear conciencia en la responsabilidad personal en el trabajo, que se verá reflejada en la actitud del colaborador y en el ambiente que se genera en su lugar de trabajo. Dichos temas se reflejarán en beneficios de la capacitación en la medida en que se acepta que el factor más importante es el capital humano.

**Capacitación Empresarial**

**INCIDES** trabaja con los siguientes los enfoques:

- Agronomía
- Ciudadanía y Género
- Enfoque Territorial

Con estos preveremos formar mejores campesinos varones y mujeres del área rural, porque no sólo aplica la ecología a la agricultura, sino también lo cultural, las personas en su contexto histórico, político, social y económico.

En base a esto, **INCIDES** está en capacidad de cuenta con las condiciones humanas y materiales para responder a la demanda de formación, en la perspectiva del desarrollo sostenible.

Este potencial acumulado, posibilita una educación media técnica con enfoque agropecuario que responde a la necesidad de mejores conocimientos de los procesos ecológicos presentes en los agroecosistemas, abordados desde una óptica sistémica e integral.

**Capacitación Empresarial**

**Educación Radiofónica**  
-IGER-

Educación de adolescentes, jóvenes y adultos, mediante el sistema radiofónico "El Maestro en Casa"

**incides**

**Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica**

El **Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER)**, es una institución privada, sin dependencia política o confesional, de carácter no lucrativo, aprobada por el Ministerio de Educación y representada por la Asociación de Servidores Educativos y Culturales "ASDEC", reconocida oficialmente según Acuerdo de Creación No. 628 del 20/11/83 y Extensiones No. 451 del 22/09/92, No. 62 del 23/05/94, No. 658/94 EP, del 05/10/98. El acta de renovación más reciente es la resolución UDEUCA No. 488-2008-OT, la cual tiene vigencia de enero 2009 a diciembre 2013.

IGER se dedica a la educación de adolescentes, jóvenes y adultos sistemáticamente, mediante el sistema radiofónico de su programa **"El Maestro en Casa"**, transmitido por el Grupo Radio 1 por su (y) y Radio ECA. Ofrece educación formal en los niveles de Educación Primaria, Secundaria, Ciclo Básico y Bachillerato, además de cursos de Actualización para maestros de primaria en servicio. Entiende su acción a todos los departamentos de la República y con sus servicios centra en Guatemala, Capital. Presta servicios de Primaria Bilingüe a la población maya Q'eqchi' y Kaqchik'el.

**¿Qué nos ofrece?**

**Historia**

El **IGER** comenzó a gestarse unos seis años antes de su nacimiento. Todo empezó en 1971, cuando el Padre Frantz Ferrández, un jesuita alemán que llegó a Centroamérica. Se estableció en Costa Rica y ahí descubrió que las personas de escasos recursos tenían poco acceso a la educación. Con el afán de colaborar en la educación de estas personas, fundó, en 1973, el Instituto Costarricense de Enseñanza por Radio -ICER-. El padre Frantz trabajó en esta institución unos años antes de llegar a Guatemala en 1978.

Mientras tanto, en Guatemala, Sor María Soto, que había colaborado como maestra orientadora en Costa Rica, volvió material de abastecimiento al ICER para probarlo con un grupo de estudiantes. Este material fue utilizado para abastecer a un grupo de varones trabajadores del hogar. Para agosto de 1978, esta primera experiencia fue todo un éxito, en sólo 17 semanas, 24 estudiantes aprendieron a leer y 214 estudiantes aprendieron a escribir, hay 42,000 estudiantes inscritos.

**Historia**



Página Web

Medida: 800px X 700px

Formato: Vertical



Fan Page

Formato: Vertical

Facebook

## 3.3 Proceso de Desarrollo

Objetivo	Estrategia	Tácticas
<p><b>Slogan de Concepto Creativo para atraer al Grupo Objetivo</b></p>	<p>Uso de slogan para identificar la campaña de divulgación</p>	<p>Se colocará el slogan del concepto en todos los materiales gráficos creados para la campaña para crear una pinza visual dentro de ellos.</p>
<p><b>Campaña de divulgación para dar a conocer los programas de la Organización</b></p>	<p>Uso de material POP a través de afiches con la finalidad de dar a conocer los programas de manera global</p> <p>Material gráfico impreso a través de unifolios y folletos</p> <p>Página Web</p> <p>Comunidad virtual en una red social</p>	<p>Se colocará un circuito de afiches en los lugares más frecuentados por el GO para que pueda conocer de manera global a la organización y sus programas, de manera que pueda empezar a identificar a la organización.</p> <p>Se creará material, como folletos y unifolios, que describirá de manera directa cada uno de los programas. Al ser un medio impreso permite que el GO conserve la información y que posteriormente la pueda consultar con mayor detalle.</p> <p>Se desarrollará una página web que le permita al GO tener acceso a la información de los programas, de la organización y una forma de comunicación más sencilla.</p> <p>Dentro de esta podrá afiliarse al voluntariado sin necesidad de acudir a la sede para inscribirse.</p> <p>Se implementará de manera dinámica una comunidad virtual dentro de una red social, lo que permitirá mantener informados a los voluntarios sobre las actividades a realizar.</p>

# 4 Capítulo Cuatro

En este capítulo se presenta la comprobación de la eficacia y propuesta gráfica final.





# 4.1 Comprobación

:Capítulo 4:



## Comprobación de eficacia

### | Grupo Focal

*“La técnica del grupo focal es una reunión con modalidad de entrevista colectiva, abierta y estructurada para facilitar que un grupo de personas dialoguen sobre las reacciones y opiniones que les producen los mensajes visuales incluidos en la propuesta gráfica del proyecto de graduación.”*

[www.gestionescolar.cl](http://www.gestionescolar.cl)

### Encuesta

*“La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, [...] se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las*

*contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.”*

Es impersonal porque el cuestionario no lleva el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

[www.rppnet.com.ar](http://www.rppnet.com.ar)

En este capítulo se presentan los resultados de la comprobación de la eficacia de la propuesta gráfica. Dicha comprobación se hizo mediante un grupo focal, donde se incluyó una muestra del nuestro grupo objetivo, al personal de la organización y un grupo de colegas de diseño gráfico.

# 4.1 Comprobación de eficacia

## Muestra de Encuesta

**Validación**  
Índices

**Comprensión**

Logra leer con claridad los mensajes?  
Sí NO

Logra comprender el mensaje con facilidad?  
Sí NO

Para usted cual es el mensaje?

**Atracción**

Le parece que los afiches tiene los colores adecuados?  
Sí NO

Considera atractivo los afiches?  
Sí NO

Le parece que las imagenes tiene relacion con el texto?  
Sí NO

**Aceptación**

Cree que el mensaje va en contra de sus valores o de sus creencias?  
Sí NO

Se parecen a la manera de expresarse de usted?  
Sí NO

**Involucramiento**

Se identifica usted con los mensajes presentados?  
Sí NO

Se considera parte de la solución?  
Sí NO

**Persuasión**

Consideraría unirse al voluntariado?  
Sí NO

Comentarios o cambios que usted le haría a los materiales?

Para esto se presentaron las piezas reales impresas y se evaluaron por medio de una encuesta por parte de los participantes.

Al presentar dichos materiales se buscó establecer la eficacia de los materiales mediante la comprobación de la correcta comprensión, atracción, aceptación, involucramiento y persuasión de los mensajes.

Los grupos focales constaron de las siguientes cantidades:

### Grupo focal: Grupo Objetivo

Dicha comprobación se hizo el día 24 de

noviembre en horario de 4 a 6 p.m. En este grupo participaron 10 personas; 6 mujeres y 4 hombres. Jóvenes adultos, trabajadores entre 24 y 32 años, solteros y casados que residen en la ciudad capital.

### Grupo focal: Organización

Dicha comprobación se hizo el día 26 de noviembre en horario de 2 a 4 p.m. En este grupo participaron 9 personas; 5 mujeres y 4 hombres. Jóvenes adultos, trabajadores entre 27 y 30 años, solteros que viven en la ciudad capital y les interesa la labor social y la transformación para un mejor país.



## 4.1 Comprobación de eficacia

Con respecto a la pregunta “¿Lógran comprender el mensaje con facilidad?”, todos coinciden en comprenderlo, ya que al momento de preguntarles cuál era el mensaje para ellos, todos los participantes de las tres áreas coincidieron en que era unirse como voluntario.

Las personas reaccionaron ante los mensajes de forma positiva, ya que les pareció que el tamaño de la tipografía era lo suficientemente grande para leerlo a distancia.

Algunas personas tuvieron dificultad al leer el texto que aparece al pie de los afiches donde se indica la página web. Respecto a las imágenes, éstas les facilitaron la comprensión, ya que la imagen respaldaba el mensaje redactado.

### Área de Atracción

En el área de atracción se evalúa la relación del impacto visual de los mensajes y el interés del público mediante la evaluación de los colores, imágenes y textos. Las respuestas dadas por los y las participantes en el grupo focal permiten afirmar que la atracción de la propuesta gráfica es eficaz.

Esto porque los argumentos expresados en el grupo focal muestran lo siguiente:

La mayoría de respuestas a la pregunta “¿Le parece que los afiches tienen colores adecuados?” coincide en que los colores son los correctos, ya que estos le dan una imagen de jovialidad y modernidad a la organización, y que el fondo blanco hace que el afiche se vea limpio y poco saturado.

Con respecto a la pregunta “¿Considera atractivos los afiches?”, todos coinciden en que sí, ya que dan la impresión de ir dirigidos a jóvenes. Lo que llamó la atención de sobre manera fue el mensaje principal “Para ti, para mí... construyendo un mejor mañana”.

La última pregunta de esta área es: ¿Le parece que las imágenes tienen relación con el texto? Todas estuvieron de acuerdo y mencionaron que la imagen que daba la idea principal del afiche era la imagen del objeto que está sobre el fondo blanco.

### Área de Aceptación

En el área de aceptación se evalúa si los mensajes, en forma y contenido, son admisibles para el público. Es decir, si no entran en conflicto con los valores, los conocimientos y las creencias de las personas. Las respuestas dadas por los y las participantes en el grupo focal permiten afirmar que los mensajes de la propuesta gráfica son eficaces y aceptados por el grupo objetivo. Esto porque los argumentos expresados en el grupo focal muestran lo siguiente:

La mayoría de respuestas a la pregunta “¿Cree que el mensaje va en contra de sus valores o de sus creencias?” coincide en que el mensaje no va en contra de ninguno de ellos, ya que lo que se busca es brindar ayuda a las comunidades.

Con respecto a la pregunta “¿Separece a la manera de expresarse de usted?”, todos coinciden en que la forma de expresarse de los afiches es bastante jovial y transmite confianza, transmite la idea de que alguien joven está solicitando la ayuda.

Además de que les gusta que los mensajes sean cortos y directos.

La manera en que está dirigido el mensaje central y el tipo de letra que se utilizó fue con lo que la mayoría se identificó.

### Área de Involucramiento

En el área de involucramiento se evalúa la relación del compromiso que el grupo objetivo manifiesta con el contenido de los mensajes, la identificación del público con el contenido de los mensajes y con su representación visual.

Las respuestas dadas por los y las participantes en el grupo focal permiten afirmar que el involucramiento de la propuesta gráfica es eficaz. Esto porque los argumentos expresados en el grupo focal muestran lo siguiente:

En la mayoría de respuestas a la pregunta “¿Se identifica usted con los mensajes presentados?”, todos los participantes se identifican con el mensaje central de participar brindando ayuda a las comunidades, sin importar el área en el que se ubiquen.

## 4.1 Comprobación de eficacia

Con respecto a la pregunta “¿Se considera parte de la solución?”, la mayoría coincide en que sí son parte de la solución.

Algunas personas reaccionaron de forma confusa, ya que pensaban que necesitan una especialidad específica para ayudar, dicha duda fue resuelta dentro del grupo focal.

### Área de Persuasión

En el área de persuasión se evalúa la capacidad de convencimiento de los mensajes. Las respuestas dadas por los y las participantes en el grupo focal permiten afirmar que la capacidad de persuasión de la propuesta gráfica es eficaz. Esto porque los argumentos expresados en el grupo focal muestran lo siguiente:

En la mayoría de respuestas a la única pregunta “¿Consideraría unirse al voluntariado?”, la

mayoría de participantes contestó que sí, incluso algunos de ellos solicitaron más información y se interesaron en la forma de trabajar de la organización.

Se hizo una última pregunta: ¿Comentarios o cambios que usted le haría a los materiales? Las observaciones que se hicieron en los materiales fueron:

- Cambios ortográficos en algunas palabras
- Agrandar los textos pequeños
- Agrandar el interlineado en algunos textos
- Contextualizar algunas fotografías

Esto permite concluir que el trabajo desarrollado en conjunto con la organización en cuanto al diseño e información fue eficaz en todas las áreas.

# 4.2 Propuesta Gráfica Final

## :Capítulo 4:

### Fundamentación

Finalizada la etapa de validación con el grupo focal, se procedió a realizar los cambios que en las muestras recomendaron para mejorar la eficacia de los materiales.

Al realizar dichos cambios, las piezas gráficas se mostraron al cliente para su aprobación, los materiales gráficos ahora poseen las características necesarias que le permitirán ser reproducidos.

Las piezas gráficas mantienen una misma línea visual, con esto se tendrá una campaña con unidad que permitirá a la organización ser reconocida, posicionarse en la mente del grupo objetivo y reforzar los mensajes a través de los diferentes medios en que se utilicen.

#### Código Cromático

Con la selección se buscaron colores que se identificaran con la organización y su trabajo hacia la comunidad. La

mezcla del color verde y azul se usa como complemento, ya que estos rejuvenecen la apariencia y tienen una connotación de naturaleza, desarrollo, crecimiento, sabiduría y frescura. Los pantone seleccionados son Pantone 369C y 3005C.

#### Código Lingüístico

Se buscó una tipografía San Serif, ya que es utilizada en párrafos de texto corto y ya que algunos de los materiales podrán ser descargados de la web, ésta no permite la distorsión por la baja resolución que se requiere.

Este tipo de tipografía permite darle a la organización una imagen de modernidad, sobriedad y alegría. Es un tipo de letra neutro y le permite ser leída a distancia con mayor claridad.

## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### Código Icónico

Las imágenes utilizadas son propias de la región, hacen referencia a cada una de las actividades y permiten reforzar los mensajes transmitidos. Se utilizaron fotografías con fondo blanco, o bien, que pueden ser utilizadas con un fondo de color, ya que esto transmite limpieza y orden. Se emplean las mismas fotografías en todos los materiales para mantener una misma línea visual y que sea más fácil reconocer la campaña.

Para brindarle a la organización una propuesta gráfica que solucionara su necesidad se propuso el diseño de una campaña de divulgación de los programas para la captación de voluntarios, dicha campaña estará compuesta de los siguientes materiales:



### Afiches

Los afiches son materiales gráficos con mensajes que captan la atención de un receptor desbordado por múltiples estímulos. El desafío es elaborar un mensaje significativo de la manera más concisa y que así la imagen de la organización se empiece a posicionar en la mente del grupo objetivo.

La concepción de una imagen se ve reflejada en un principio que da sentido a las cosas que existen.

Es importante tener en cuenta el tráfico que frecuenta la zona, el entorno inmediato, el tamaño y atractivo físico del soporte en donde se va a ubicar el material impreso.



## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

Permite incrementar las acciones de nuestro grupo objetivo en base al mensaje transmitido.

El afiche es una pieza gráfica de comunicación visual que permite percibir el mensaje varias veces al día, debido a la circulación de personas en el área ubicada. Esto lo hace funcional para los mensajes que necesitan repetirse. Son impactantes y su tamaño es difícil de ignorar, son un excelente medio de recuerdo.

### Afiches

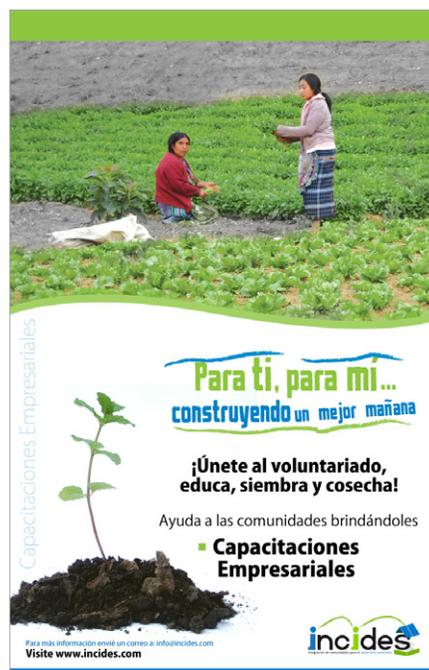
Medida: 11"x17"

Color: Full color

Soporte: Impreso

Formato: Vertical

Tipo de Impresión: Litográfica



## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### Unifoliales

Los unifoliales son un medio publicitario más económico y eficiente. Ha demostrado ser uno de los mejores medios para promover servicios.

Es importante reforzar el mensaje con distribuciones de repetitivas. La eficiencia del unifoliar es casi inmediata. Sin embargo el efecto se desvanece en el tiempo. Una vez que se detecta una baja se debe repetir la distribución una y otra vez.

La eficiencia del unifoliar depende mucho de la cantidad de ejemplares distribuidos. Mientras más se repartan, más posibilidades habrá de que posibles voluntarios se interesen en participar.

La divulgación con unifoliales distribuidos generosamente tiene más posibilidad de cumplir con el objetivo de la campaña en mención.

Se empleó un formato vertical el cual connota paz y confianza.

#### Unifoliar

Medida: 4"x8.5"

Color: Full color

Soporte: Impreso

Formato: Vertical

Tipo de Impresión: Litográfica

**Para ti, para mí...  
construyendo un mejor mañana**

■ **Educación Radiofónica**

Brinda educación a adolescentes, jóvenes y adultos mediante el sistema radiofónico de su programa "El Maestro en Casa".

La alfabetización "no es simplemente aprender a leer, escribir y contar", sino aprender a leer y transformar la realidad, no pretende solamente llenar la mente del estudiante de conocimientos, sino que éste sea capaz de extraer de ellos los elementos que los conduzcan al cambio de actitud en la vida, al crecimiento en su escala de valores, a una mayor y mejor socialización, que los conduzcan a la formación de un gran pueblo.

A través de su sistema de enseñanza, pretende que el guatemalteco, dé soluciones a los problemas y retos del hoy y del mañana.

¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!

**incides**

Para más información envía un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)

■ **Capacitaciones Empresariales**

Se busca que los campesinos identifiquen y se familiaricen con las condiciones naturales de su región y los métodos a desarrollar para favorecer su multiplicación y crecimiento. Estas actividades se realizan a través de capacitaciones directas a los campesinos, a las familias y a través de experimentaciones.

Se obtendrán beneficios de la capacitación en la medida en que se acepte que el factor más importante es el capital humano.

Muchas de las mejoras inmediatas que se realizan dentro de las comunidades son de muy bajo costo y seguidas de otras acciones similares o de mayor envergadura a mediano y largo plazo.

¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!

**incides**

Para más información envía un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)

■ **Centro de Resolución Alternativa**

es un centro especializado, que intenta introducir en la comunidad la idea de relaciones no confrontacionales, abordando situaciones problemáticas en diversas áreas a través del diálogo y, específicamente, con procedimientos y técnicas son la **Mediación**, **Conciliación** y **Negociación**, para las personas o grupos de personas que habiten o trabajen en comunidades, sin requerimientos socioeconómicos.

Se busca agotar todas las instancias disponibles para lograr acuerdos pacíficos y satisfactorios.

**Es un procedimiento ágil y gratuito hasta la fecha.**

¡Únete al voluntariado, educa, siembra y cosecha!

**incides**

Para más información envía un correo a: [info@incides.com](mailto:info@incides.com)  
[www.incides.com](http://www.incides.com)

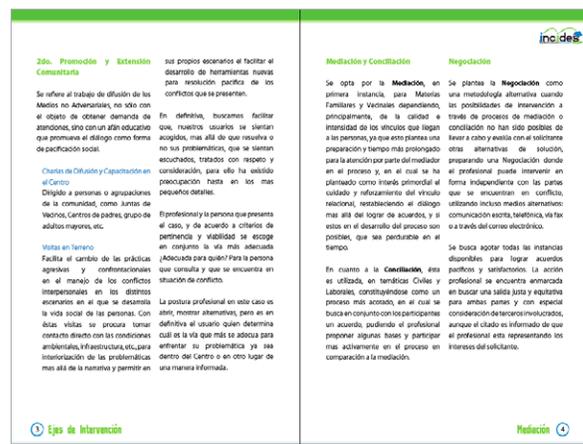
# 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

## Folletos

Una de las ventajas al incluir los folletos en la campaña de divulgación es que las piezas impresas en papel son valoradas positivamente por las personas, ya que cuando las personas tienen un folleto en sus manos sienten que cuentan con una prueba concreta de la existencia y seriedad de una organización.

Los folletos son piezas de gran utilidad para este. Esto facilita la utilización de folletos de información para la comunicación entre la organización y su grupo objetivo.

Una distribución eficaz permitirá llegar a voluntarios potenciales y establecer un vínculo directo, cercano e íntimo con el grupo objetivo.



# 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

## Folleto del Centro de Resolución Alternativa

Medida: 5.5"x8.5" cerrado

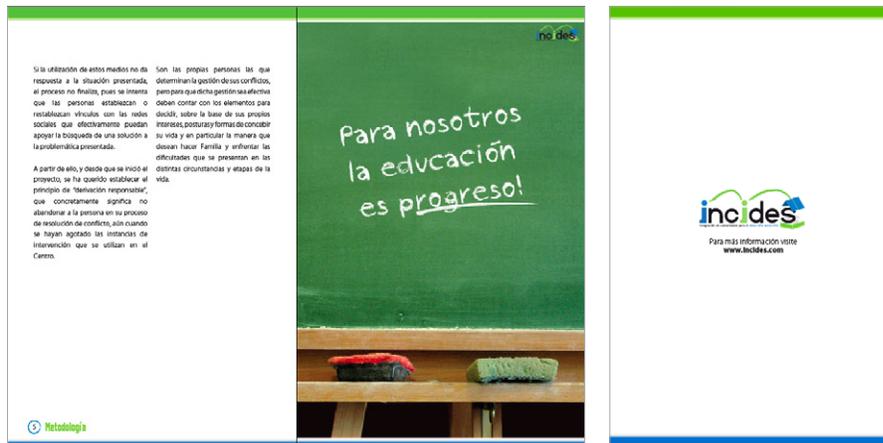
Color: Full color

Soporte: Impreso

Formato: Vertical

Tipo de Impresión: Litográfica

Observaciones: Este folleto cuenta con 8 páginas.



FOLLETO DEL CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA



FOLLETO DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

# 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación



## Folleto de Capacitación Empresarial

Medida: 5.5"x8.5" cerrado

Color: Full color

Soporte: Impreso

Formato: Vertical

Tipo de Impresión: Litográfica

Observaciones: Este folleto cuenta

con 8 páginas.



## FOLLETO DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL



## FOLLETO DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA

# 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

**Misión**  
Somos una institución educativa que busca y procura el desarrollo de Guayaquil mediante la educación a distancia de las personas jóvenes y adultas de todos los niveles, mediante programas de primaria, básico, bachillerato y otros similares, con una metodología propia, a través de la radio e Internet.

**Visión**  
En 2013 queremos ser una institución educativa que cuente con personal de alto nivel profesional, con la participación activa de la comunidad y de personas voluntarias para prestar un servicio educativo de calidad, que desarrolle en el participante actitudes de responsabilidad personal, profesional y social.

**Valores**  
• Solidaridad  
• Autodeterminación  
• Cuidado al medio ambiente  
• Equidad de género  
• Cultura de paz  
• Respeto a los derechos humanos  
• Cumplimiento de los Acuerdos de Paz  
• Inclusión de los grupos más vulnerables  
• Respeto, tolerancia, amistad, etc.

**Filosofía**  
El IGER desarrolla métodos y sistemas propios de enseñanza para el logro de su objetivo. Así como se muestra que la afirmación "No es simplemente aprender a leer, escribir y contar", sino aprender a leer y transformar la realidad así también el sistema de enseñanza desarrollado en el IGER, no pretende solamente formar la mente del estudiante que lo recibe, sino que éste sea capaz de aplicar los conocimientos adquiridos en la vida cotidiana, en el trabajo y en la formación de un gran pueblo.

**Objetivos**  
• Promover, organizar y proteger en colaboración con el Ministerio de Educación y otras instituciones públicas privadas, por medio de la adquisición de materiales y a través de cursos, el desarrollo intelectual y cultural de la población guayaqueña, especialmente a la clase de escasos recursos económicos y poco escolarizada, con especial interés en la formación del sector rural e indígena.  
• Promover la capacitación de la persona humana, la integración de la familia y otros valores morales, intelectuales y culturales.  
• Fomentar el aprendizaje y la colaboración entre los diversos grupos sociales y étnicos, con intención de crear y cultivar, mediante su acción educativa dentro del propio ambiente y de su medio comunitario.  
• Ayudar a los estudiantes en su auto-educación permanente, en su formación integral y en el desarrollo de sus valores humanos, con vistas a una mayor participación en el desarrollo cultural, social y económico de su comunidad y del país.

**IGER, el estudiante y la comunidad**  
La forma de educación a distancia que presenta el IGER es un modelo comunitario. La institución filantrópica, en las comunidades, ofrece la posibilidad de estudiar para jóvenes y adultas que no pueden acceder a un sistema presencial por razones de trabajo, falta de recursos, falta de transporte, etc.  
Se inició el programa cuando la comunidad decide participar e involucrarse en él. Habitualmente, algunos de la comunidad se reúnen y hacen la solicitud para iniciar un contacto y diálogo con los docentes, administrativos o estafetas que pueden tener contacto, luego se reúnen en un espacio común (salón comunitario, salón de fiestas, etc.) para discutir y tomar una decisión. Cuando se ha tomado una decisión se reúnen en un espacio común para discutir y tomar una decisión entre ellos y la comunidad y el IGER.  
La comunidad educadora puede orientar a los estudiantes (fomentar sus valores, orientar, etc.) que se encuentran en los horarios de estudio, busca además, un lugar donde reunirse fuera del aula, en el salón comunitario y todos los aspectos relacionados con el funcionamiento de su centro de estudio. Además, los estudiantes pueden participar en actividades para el desarrollo de los materiales educativos.  
La institución, por su parte, aporta los libros de texto, los cursos radiofónicos y la Metodología. Capacita a los orientadores locales, supervisa el proceso educativo con el trabajo de los coordinadores regionales y de la oficina académica en el Ministerio de Educación.

**Quiero Estudiar**  
En el IGER queremos que más personas tengan la oportunidad de estudiar a través de la educación a distancia. Nuestro sistema educativo tiene la ventaja de que la persona no tiene que desplazarse a ningún lugar para estudiar, sino que puede estudiar desde su casa o en cualquier otro lugar, lo que le permite estudiar a su propio ritmo.  
También implementamos las nuevas vías de estudio:  
• Educación por radio  
• Otros cursos a distancia

**Metodología**  
En el IGER nos dedicamos a la educación porque creemos que es un medio valioso para que la comunidad crezca. Mientras otros institutos se limitan a brindar un apoyo en forma material y directa (propuesta de agua, comida, salud, etc.) nosotros nos hacemos de manera indirecta en el campo de la educación a distancia.

**Metodología de estudio**  
La metodología del IGER se fundamenta en la pedagogía constructivista y se basa en la actividad del estudiante que aprende de forma autónoma y responsable en su entorno. Esta metodología se fundamenta en el desarrollo de los recursos de aprendizaje que se encuentran en el entorno del estudiante.  
1. Libro de texto  
2. Clase radial  
3. Centro de orientación  
Presentan los contenidos con información actualizada, clara y bien organizada, permitiendo al estudiante el desarrollo de sus habilidades y habilidades de aprendizaje. Los contenidos están organizados en unidades, capítulos, secciones y subsecciones, lo que permite al estudiante el desarrollo de sus habilidades y habilidades de aprendizaje. Los contenidos están organizados en unidades, capítulos, secciones y subsecciones, lo que permite al estudiante el desarrollo de sus habilidades y habilidades de aprendizaje.

**Políticas Institucionales**  
1. Se fundamenta por medio de la ley y el reglamento de la educación formal o no formal, que define y promueve la buena convivencia, el desarrollo integral de la persona y de las comunidades de Guayaquil.  
2. Los programas educativos del IGER se rigen por las directrices del MINEDUC y del Curriculo Nacional Base.  
3. Todos los programas educativos que la institución ofrece se han dirigido a la consecución de los metas del milenio.  
4. La formación de toda la comunidad educativa será permanente y de carácter integral.  
5. La calidad educativa es un principio rector que abarca la atención administrativa y pedagógica, a nivel de toda la comunidad educativa.  
6. Todo material educativo cumplirá con el rigor científico académico e incluirá como eje transversal los valores que la institución promueve.  
7. El currículo será por la incorporación de las culturas indígenas y el fortalecimiento de las lenguas nativas.  
8. Los libros de la institución serán administrados, editados y distribuidos, según los intereses de los y las estudiantes, bajo los principios de sustentabilidad y consumo responsable.

**Para nosotros la educación es progreso!**

Folleto de Educación Radiofónica  
Medida: 5.5" x 8.5" cerrado  
Color: Full color  
Soporte: Impreso  
Formato: Vertical  
Tipo de Impresión: Litográfica  
Observaciones: Este folleto cuenta con 12 páginas.



FOLLETO DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA

## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### Website

Internet es uno de los medios alternativos para publicar mensajes de comunicación que cuenta con más concurrencia de usuarios, el tener una página web en Internet es un hecho que en la época en la que vivimos tiene un gran valor publicitario.

Es de vital importancia el diseño y dinamismo con que se muestre, esto ayudará a que el usuario visite la página web.

La interactividad y actualización constante de información hace posible que el voluntario recuerde la página y vuelva a visitarla, quizá después de visitarla 2 o 3 veces se decida participar en los programas como voluntario.

Otra ventaja de la página web es la facilitación de los formularios de contacto, los cual le permite al usuario ponerse en contacto con la organización, estos deben ser sencillos y de envío directo.



## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

En cuanto a los aspectos técnicos es importante que una página web tenga imágenes bien tratadas, ya que una imagen de mala calidad o de mucho peso aleja a los posibles voluntarios de la web.

Es importante el tener un rápido acceso dentro de la web a cada una de las secciones que conforman el sitio, así se conseguirá que el usuario encuentre rápidamente lo que busca.

La página consta de 5 páginas principales:

- Inicio
- Quiénes Somos
- Qué hacemos
- Programas
- Contacto

Tiene un menú secundario de información que está en constante cambio.

[Página Web](#)

Medida: 800px X 700px

Color: Full color

Soporte: Web

Html



## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### Página Web

Medida: 800px X 700px

Color: Full color

Soporte: Web

Html



## 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### Fan Page

Una Fan Page (página de fanáticos) en la red social Facebook es una plataforma que consiste en “dar a los usuarios el poder de compartir y hacer un mundo más abierto y comunicado”, esto permite informar y actualizar información personal a su círculo de amigos.

La finalidad de una fan page para la organización es mantener un contacto más directo con el grupo objetivo, mantenerle informado acerca de noticias y actividades que la organización realice. Además que permite promover el voluntariado dentro de la organización.

Dicha plataforma permitirá dar a los usuarios y voluntarios la oportunidad de compartir su participación y actividades que realiza dentro de la organización.

Al ser páginas públicas, los usuarios no necesariamente tienen que tener perfil en facebook, lo cual permite abarcar un grupo más amplio de posibles voluntarios. Tiene la ventaja de ser fácil de encontrar a través de google.



Es un medio de propagación viral que permite enviar actualizaciones constantemente, puede tener un diseño personalizado, una estadística de visitas con la cual se puede tener una mejor idea del interés que demuestra el grupo objetivo por la organización, y cuenta con fácil integración con la página web.

# 5 Capítulo Cinco

Presentación de las conclusiones, recomendaciones, lineamientos para la puesta en práctica y bibliografía.





# 5.1 Conclusiones

:Capítulo 5:



Después del esfuerzo realizado para el presente trabajo se puede concluir lo siguiente:

Los materiales gráficos elaborados para la campaña de divulgación son eficaces, ya que logran informar al grupo objetivo sobre los programas de INCIDES.

La información proporcionada por las piezas de diseño contribuyen a que las personas interesadas en labor social se puedan integrar a los programas como voluntarios.

Con la realización de los materiales para una campaña de divulgación de los programas y una correcta implementación se garantizó a INCIDES la captación de voluntarios para la ayuda a comunidades y con esto logró un mejor desarrollo de cada una de ellas.

# 5.2 Recomendaciones

:Capítulo 5:



Se recomienda que el material gráfico se coloque en lugares concurridos por el grupo objetivo, para tener un mejor alcance.

Se recomienda la realización de actividades que integren a las comunidades para la recaudación de fondos.

Se recomienda hacer un análisis de la eficacia del material gráfico y los medios sugeridos, para determinar la continuidad de la campaña.

Se recomienda el uso de radio como otro medio de divulgación, ya que es el medio más utilizado dentro de las comunidades.

# 53 Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

## :Capítulo 5:



Pieza de Diseño	Medio de Publicación	Frecuencia	Costos	Plan Operacional
<b>Afiches</b>	Medio Impreso	Distribución Permanente (duración 1 año)	La propuesta es imprimir 500 unidades. Con un costo de Q4.35 por unidad, para un total de Q2,175.00	Estos materiales serán de exhibición permanente en museos, centros comerciales, supermercados. Además en la sede de INCIDES.
<b>Unifolios</b>	Medio Impreso	Distribución Permanente (duración 1 año)	La propuesta es imprimir 3,000 unidades. Con un costo de Q0.41 por unidad, para un total de Q1,240.00	Estos materiales serán de colocados en museos, centros comerciales, supermercados. Además en la sede de INCIDES.
<b>Folletos</b>	Medio Impreso	Distribución	La propuesta es imprimir 500 unidades por diseño (3 en total). Con un costo de Q3.50 por unidad, para un total de Q5,250.00	Estos materiales serán de entregados en stands colocados centros comerciales, supermercados. Además en la sede de INCIDES.
<b>Pagina Web</b>	Internet	Permanente, con actualizaciones mensuales. Con inducción a la administración de la organización para poder tener un administrador personalizado	El costo del sitio es de Q800.00 anuales de hosting. 5 páginas principales, diseño y diagramación. Audio de ambiente.	El sitio contará con la información necesaria para que el grupo objetivo pueda acceder a él y obtener los datos necesarios.
<b>Facebook</b>	Internet	Actualizaciones mensuales, se utilizará el mismo administrador de la página web.	Servicio Gratuito	El sitio tendrá información necesaria, fotografías y noticias, para que el grupo objetivo pueda estar al día.

## 5.3 Lineamientos para la puesta en práctica

El presupuesto está basado en función del diseño estratégico para la campaña de divulgación de INCIDES. Es una propuesta de plan operacional anual, ya que durante este lapso de tiempo se podrá comprobar la eficacia de las piezas gráficas. El presupuesto presentado es de la impresión litográfica de las piezas.

### Litografía

Impresión de afiches, unifolios y folletos	Q8,665.00
--	-----------

### Web

Página Web y Facebook	Q800.00
-----------------------	---------

# 5.4 Bibliografía

## :Capítulo 5:

Riu i Rovira del Villar, Antoni (2009) **Educación para la Seguridad Vial y Campañas de Divulgación**. (1ra. Edición) Folleto. España:Valcárcel S.A.

Marco Mancebon, Vicente (2004) **El papel de la Universidad en la puesta en marcha eficaz del desarrollo sostenible**. (2da. Edición) Folleto. España:Universidad de Alicante

Jiménez Herrero, Luis M. (1997) **Desarrollo Sostenible y Economía Ecológica**. (1ra. Edición) Folleto. Madrid:Editorial Síntesis

Díaz Pineda, F. (1998) **Diversidad biológica y cultural rural en la gestión ambiental del desarrollo**. (1ra. Edición) Folleto. Madrid.

Gutiérrez Resa, Antonio. **Acción Social no Gubernamental. Análisis y reflexiones sobre las relaciones voluntarias**. Tirant lo Blanch, Valencia 1997.

Cnaan, R, Handy, F. y Wadsworth, M: **“Defining who is a volunteer: conceptual and empirical considerations”** en <<Nonprofit and voluntary sector quarterly, 25 (3)

Vivar, Rosy Mary (1999) **Diagnóstico de la campaña social de UNICEF “Es tiempo de crecer juntos”** (tesis) Universidad San Carlos de Guatemala. Ciencias de la comunicación, Guatemala

Méndez, Claudia E.(1999) **Publicidad Social, un medio para Promover el Desarrollo de la sociedad** ( tesis) Universidad Rafael Landívar. Humanidades, Guatemala

Rosales, G. (2001). **Atrapados por la triple W**. La Web. (Suppl. 3). Guatemala.

Arreaga, A. (2005). **Diseño Gráfico en la elaboración de sitios web institucionales con animaciones en Flash Macro-media**. Tesis Inédita. URL. Guatemala

www.wipo.int. **[La estrategia de la campaña]**. -En línea- Disponible en: [http://www.wipo.int/ip-outreach/es/tools/guides/planning/outreach\\_strategy.html](http://www.wipo.int/ip-outreach/es/tools/guides/planning/outreach_strategy.html) [Consultado el 8 de abril 2010]

www.tecnun.es. **[Desarrollo Sostenible]**. -En línea- Disponible en: <http://www.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/14PolEcSoc/140DesSost.htm> [Consultado el 8 de abril 2010]

Monografías.com. **[Publicidad]** -En línea- Disponible en: [www.monografias.com/trabajos23/publicidad/publicidad.shtml](http://www.monografias.com/trabajos23/publicidad/publicidad.shtml) [Consultado el 5 de mayo 2010]

www.thebrochure.org **[¿Qué es un folleto?]** -En línea- Disponible en: <http://www.thebrochure.org/que-es-un-folleto.aspx> [Consultado el 6 de mayo 2010]

www.thebrochure.org **[Tipos de folletos]** -En línea- Disponible en: <http://www.thebrochure.org/tipos-de-folletos.aspx> [Consultado el 6 de mayo 2010]

www.gestionescolar.cl **[Guía para Grupos Focales]** -En línea- Disponible en: [http://www.gestionescolar.cl/UserFiles/P0001%5CFile%5Carticles-95981\\_recurso\\_1.pdf](http://www.gestionescolar.cl/UserFiles/P0001%5CFile%5Carticles-95981_recurso_1.pdf) [Consultado el 30 de noviembre 2010]

www.rppnet.com.ar **[La Encuesta]** -En línea- Disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm> [Consultado el 30 de noviembre 2010]

Peppino, B. (1991). **Radiodifusión Educativa**. México: Gernika-UAM Azcapotzalco.

# Glosario

:Capítulo 6:

## Afiche

Cartel publicitario. Pieza de papel, de plástico, de tela o de cualquier otro material que se imprime con imágenes y textos publicitarios. Éste es uno de los soportes publicitarios más antiguos y del cual existen ejemplos que se remontan varios siglos atrás.

## Boceto

Bosquejo para mostrar una idea gráfica. El layout suele ser el primer paso de un boceto.

## Campaña

Conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado.

## Código Cromático

Combinación de colores que se acuerda para representar algo.

## Desarrollo sostenible

Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

## Divulgación

Publicar, propagar un conocimiento, poner al alcance del público una cosa.

## Folleto

Elemento usado frecuentemente como complemento de una acción de ventas o simplemente como elemento de punto de venta. Puede ser de tipo volante, bifoliar, trifoliar, etc. Carta de presentación de un producto o servicio más detallada y esclarecedora que un anuncio.

## Estrategia

Proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

## Tipografía

Es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

# Anexos

## :Capítulo 6:

### Encuesta

## Validación Incides

#### Comprensión

Logra leer con claridad los mensajes?

Si NO

Logra comprender el mensaje con facilidad?

Si NO

Para usted cual es el mensaje?

#### Atracción

Le parece que los afiches tiene los colores adecuados?

Si NO

Considera atractivo los afiches?

Si NO

Le parece que las imagenes tiene relacion con el texto?

Si NO

#### Aceptación

Cree que el mensaje va en contra de sus valores o de sus creencias?

Si NO

Se parecen a la manera de expresarse de usted?

Si NO

#### Involucramiento

Se identifica usted con los mensajes presentados?

Si NO

Se considera parte de la solución?

Si NO

#### Persuasión

Consideraría unirse al voluntariado?

Si NO

Comentarios o cambios que usted le haria a los materiales?

**Campaña de divulgación de los programas de -INCIDES- para  
la captación de voluntarios**

Integración de comunidades para el desarrollo sostenible

**IMPRIMASE  
"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
DECANO



Licda. Margarita Tobar Arriola  
ASESOR



Josefina María Escobar Hernández  
SUSTENTANTE



Guatemala, 27 de agosto de 2011.

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

A quien interese:

Tengo el honor de saludarlo y al mismo tiempo informarle que, en mi calidad de profesional en formalidades lingüísticas, he revisado la ortografía, la redacción y el estilo del proyecto de graduación titulado:

**Campaña de divulgación  
de los programas de INCIDES  
para la captación de voluntarios**

**Integración de comunidades para el desarrollo sostenible**

Asimismo, que he respetado la semántica y la metalingüística correspondientes al aspecto técnico de la especialidad, con el fin de conservar su contexto. Y que he ratificado en segunda revisión las correcciones realizadas en el trabajo presentado.

Por tanto, hago constar que:

**Josefina Maria Escobar Hernández**

Ha efectuado satisfactoriamente las correcciones requeridas por mi persona en los aspectos de ortografía, redacción y estilo en su proyecto de graduación.

Atentamente,



Julio Fernando Avendaño C.  
Licenciado en Letras  
Colegiado activo No. 13238

**Julio Fernando Avendaño C.**  
LICENCIADO EN LETRAS  
— Colegiado No. 13238 —



